وسائل الإعلام

في إطار علم الاجتماع الإعلامي

دكتورة / انشراح الشال



وسائل الإعلام في إطار علم الاجتماع الإعلامي

وسائل الإعلام في إطار علم الاجتماع الإعلامي

دكتورة انشراح الشال
دكتوراه الدولة في الآداب والعلوم الإنسانية
من جامعة بوردو ٢ بفرنسا
قسم اجتماع وعلم نفس
وأستاذ علم الاجتماع الإعلامي
بكلية الإعلام جامعة القاهرة
وجامعةمصر للعلوم والتكنولوجيا
وجامعة الملك عبد العزيزبجدة

دار النهضة العربية

٢٠١٣م

رقم الإيداع
٢٠١٢/١٩٦٧٤

إلى كل من علمني حرفا

انشراح الشال

الجيزة/ أكتوبر ٢٠١٢م

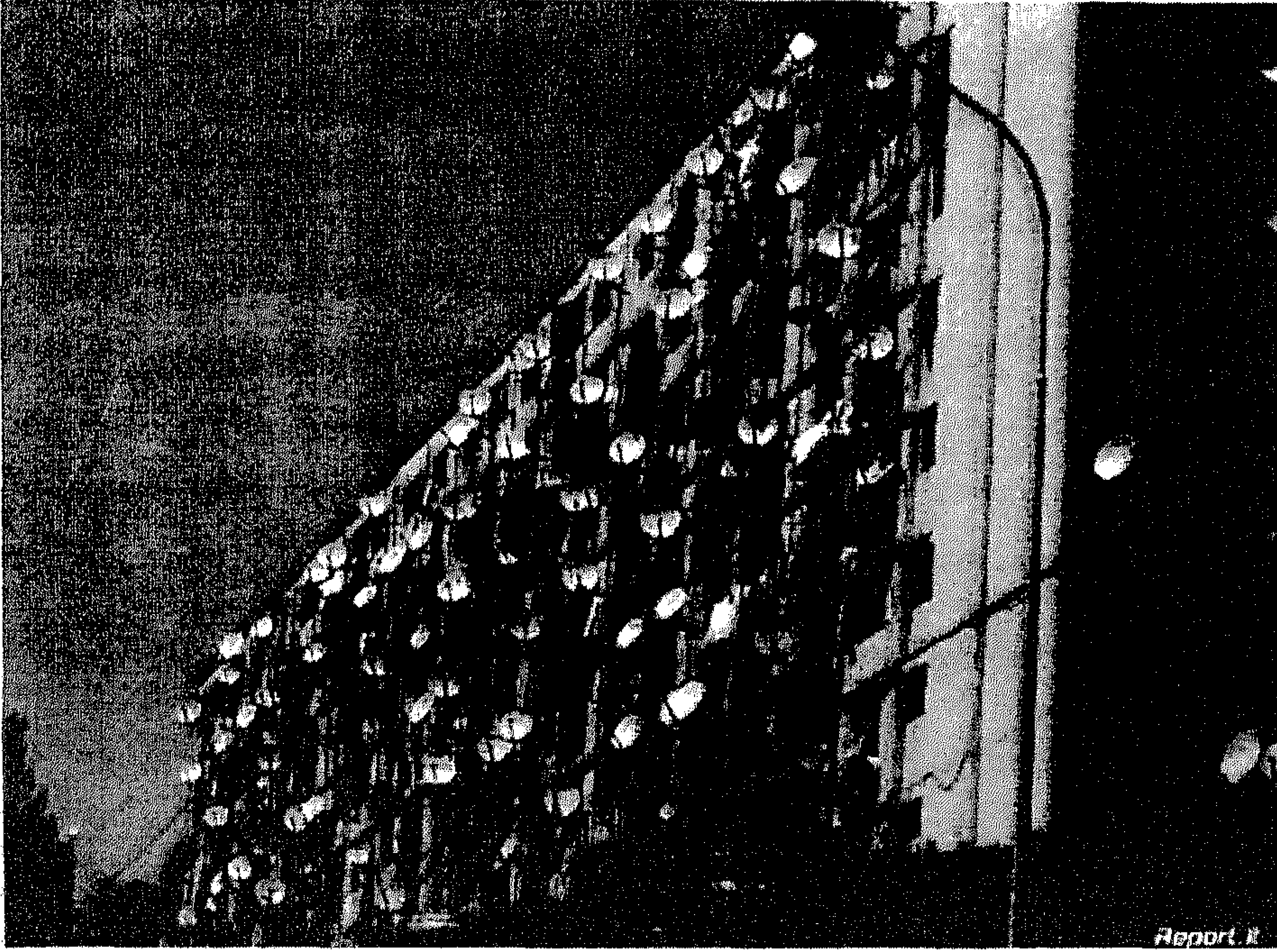


سيدة من جذور عربية تعيش في هولندا
والصور تحمل دلالات أترك للقارئ اكتشافه

وسائل الإعلام في إطار علم الاجتماع الإعلامي

محتويات الكتاب

	رقم الصفحة
مقدمة	٩
الفصل الأول	
مجالات الدراسة في علم الاجتماع الإعلامي	١٥
المبحث الأول: مقدمة في علم الاجتماع	١٧
المبحث الثاني: اهتمام العلماء بالاجتماع الإعلامي	٣٥
الفصل الثاني	
دراسة سسيولوجية لوسائل الإعلام	٦١
المبحث الثالث: دراسة مورفولوجية لوسائل الإعلام	٦٣
المبحث الرابع: دراسة فسيولوجية لوسائل الإعلام	٩٧
المبحث الخامس: العلاقة بين تكنولوجيا الاتصال في مجال الراديو والإذاعة التقليدية	١١٥
الفصل الثالث	
الدور الوظيفي للدش والإنترنت	١٣٧
المبحث السادس: الدور الوظيفي للدش	١٣٩
المبحث السابع: الدور الوظيفي للإنترنت	١٦١
المبحث الثامن: وسائل الاتصال الاجتماعي وثورة ٢٥ يناير	١٨١
الفصل الرابع	
التليفزيون من منظور اجتماعي	٢١١
المبحث التاسع: الدور الوظيفي للتليفزيون	٢١٣
المبحث العاشر: التليفزيون المصري	٢٢٥
خاتمة	٢٣٩
ملاحق	٢٤٦
سيرة ذاتية للمؤلفة	٢٦٩



مجمع سكني في فرنسا تسكنه جاليات أجنبية بكل عاداتهم وتقاليدهم
مع الارتباط بالوطن الأم بالتقاط البث التليفزيوني الذي يصلهم عبر الأقمار الصناعية
والذي يتم استقباله بأطباق لاقطة مثبتة على النوافذ
وكما يقول صديق فرنسي، إنهم يعملون في فرنسا نهارا
وفي الليل يعودون إلى أوطانهم وديانتهم وثقافتهم
حيث تمتلئ النوافذ هنا بالأطباق اللاقطة إلى جانب الملابس المنشورة في النوافذ
وفي هذه الصورة دلالات أترك للقارئ متعة اكتشافها

بسم الله الرحمن الرحيم

مقدمة

انتشرت وسائل الإعلام في السنوات الأخيرة، وأصبح كل فرد يتعرض لواحدة منها أو أكثر، نهارا أو ليلا، أو ليلا ونهارا، أصبح الهواء الذي نستنشقه مشبعا بالإعلام ، الذي صار بدوره ضرورة في حياتنا اليومية.

ومع تعدد وسائل الإعلام، وتعدد صورها ومستوياتها، تفرغ باحثون لدراسة وجود هذه الوسائل داخل المجتمع، وكثر الحديث والجدل حول تأثير وسائل الإعلام، وخاصة الإليكترونية منها ، ولفت ذلك أنظار السياسيين والاقتصاديين والتربويين، وغيرهم من المهتمين بالدراسات الإنسانية والاجتماعية، وانصب اهتمام كل منهم على كيفية الاستعانة بوسائل الإعلام لتحقيق أغراض لهم.

وقد اهتم علماء الاجتماع وعلماء النفس، مثلهم مثل غيرهم، بوجود وسائل الإعلام في المجتمع، حيث نظر علماء الاجتماع إلى وسائل الإعلام على أنها ظاهرة اجتماعية يمكنها أن تؤثر في غيرها من الظواهر الأخرى، كما يمكنها أن تتأثر بهذه الظواهر، حتى في مثيلاتها من وسائل الإعلام الأخرى.

أما علماء النفس، فيرجع اهتمامهم بوسائل الإعلام إلى ما قيل، وما يزال يقال، عن التأثير السيئ لوسائل الإعلام، وخاصة تأثير مشاهد الرعب والجنس المعروضة على شاشات السينما والتليفزيون، وبخاصة على الأطفال والشباب؛ ولذلك وجدنا في بلد مثل فرنسا - وحتى وقت قريب - أن التليفزيون كان ينبه المشاهدين إلى الأفلام التي تحتوي على مشاهد تتسم بالعنف (قتل - عمليات جراحية حساسة - اغتصاب - شذوذ ...)، ويتم هذا التنبيه بشكل مباشر قبل عرض الفيلم أو البرنامج الذي يحتوي نوعية من هذه المضامين، بل وفي أثناء العرض أيضا. فقد كانت الشاشة الصغيرة في فرنسا تصحب الأفلام التي يفضل ألا يشاهدها الأطفال بمستطيل أبيض على الجانب العلوي للشاشة، وذلك طوال العرض، هذا إلى جانب ما يكتب عن ذلك في الصحافة المتخصصة مثل المجلات التي تنشر برامج التليفزيون، بل وفي الصحافة اليومية والأسبوعية أيضا، وفي الصحافة الدينية، وفي النشرات الخاصة بحماية المستهلك...، وينبهون الناس إلى أن هذا الفيلم أو ذاك خاص بالكبار فقط، أو أنه للشباب والكبار وليس للأطفال، أو أنه للجميع؛ ويقال إن ذلك كان يحدث أيضا بالنسبة للتليفزيون في الولايات المتحدة الأمريكية[١]، ونشاهده حتى الآن على شاشة بعض القنوات الفضائية الأجنبية التي يصل بثها إلى المشاهد في مصر.

(١) من خلال ما ينشر في الصحف المصرية والأجنبية.

ومن الجدير بالذكر أنه يتم تحديد الجماهير النوعية للفيلم أو البرنامج في هذه البلاد بناء على توصيات من متخصصين في فروع مختلفة، ومن بين هؤلاء خبراء في التربية، ومعلمون، وعلماء نفس، ورجال دين، ورجال شرطة، ومن القضاء ...

ولن نقارن هنا ما يحدث في فرنسا - مثلا - بما يحدث في مصر، إلا أن ذلك لا يمنعنا من تتبع الآثار التي تتركها مشاهد العنف في التليفزيون - بوجه خاص - على نفوس المشاهدين هنا.

والمثال الذي سنذكره قدمته لنا إحدى طالبات الفرقة الأولى بكلية الإعلام عن تأثير مشاهدة الفيلم الأجنبي "الغيبوبة" الذي عرض على شاشة التليفزيون المصري يوم السبت الموافق ٢٤ من ديسمبر سنة ١٩٨٣م، وذلك في برنامج نادي السينما الذي يبث في برامج السهرة على القناة الأولى (وقد أعيد عرض الفيلم بعد ذلك في شهر سبتمبر عام ١٩٨٥م...).

ففي إطار مادة المدخل الاجتماعي للإعلام والتي نقوم بتدريسها لطلبة الفرقة الأولى، قامت الطالبة بسؤال بعض الأسر عن رأيهم في هذا الفيلم، وسوف نقدم فيما يلي بعض نماذج من الإجابات، والتي نستبعد منها التجربة الذاتية للطالبة، والتي قد تكون مشاهدتها للفيلم ذات طابع دراسي، كما أننا نستبعد أيضا ما ذكرته عن تأثير مشاهدة الفيلم على أسرتها للسبب نفسه.

تقول الطالبة: "... وفي اليوم التالي لعرض الفيلم على شاشة التليفزيون، أخذت في استطلاع آراء جيراننا وأصدقائنا حول هذا الفيلم ... ؛ قالت لنا إحدى الجارات إن أولادها عقب مشاهدة الفيلم، وقبل أن يناموا، أسرعوا بوضع كراسي وراء باب الشقة، ونام كل اثنين جنبا إلى جنب على سرير واحد، وقد كان كل واحد منهم ينام من قبل على سرير بمفرده، وطلب الأبناء من أمهم أن تنام مع الصغار (١٣ و ١٦ سنة)، أما الكبار (١٩ و ٢٠ سنة)، فقد ناموا في سرير واحد".

وعن أسرة أخرى، تقول: "إن إحدى الأمهات قالت لها إن ابنتها ذات العاشرة من العمر قد أصابها الفزع وارتمت تحتمي في صدر أمها عندما سمعت رنين جرس التليفون في أثناء مشاهدة الفيلم. وقالت إنه بعد انتهاء عرض الفيلم، حققت الأم رغبة ابنتها - التي كانت ترتعش من الخوف والرعب - فنامت الأم بجوارها".

كل هذا الرعب الذي نلاحظه في تصرفات الأبناء في بعض الأسر بعد مشاهدة الفيلم مباشرة، لا نجده في الجملة التي ذكرتها الطالبة عندما قالت: "إن إحدى الأسر قالت لها إنها تتمنى مشاهدة هذا الفيلم مرة أخرى؛ وذلك لأن قصة الفيلم قد أعجبتهم وكذلك إخراج الفيلم".

نخرج مما سبق، أن الأسر في الحالات السابق الإشارة إليها، لا تقوم بعملية تقنين بالنسبة لعملية مشاهدة التليفزيون؛ ففي هذه الأسر أطفال في سن العاشرة من العمر، يسهرون أمام الشاشة حتى وقت متأخر، هذا من جانب، ومن جانب آخر، يلاحظ أيضا تعرض الأطفال للبرامج دون انتقاء مسبق، كذلك دون تنبيه من المسؤولين في التليفزيون إلى نوعية المادة المقدمة على الشاشة، وهم يعلمون تماما أن مشاهدة التليفزيون تتم في جو جماعي، ونادرا ما تتم بشكل فردي أو بشكل انتقائي، والملحوظة نفسها نوجهها إلى الصحافة المطبوعة ...

ما سبق يقودنا إلى الحديث عن الآثار التي تركها فيلم "اليوم التالي" على المشاهدين في الولايات المتحدة الأمريكية؛ فقد علّقت أجهزة الإعلام المختلفة في مصر وفي دول أخرى على هذا الفيلم الذي يتناول موضوع الحرب النووية، وأكدت على الرعب الذي خلفه في نفوس المشاهدين، وانعكس ذلك في ظهور بعض السياسيين على شاشة التليفزيون لتأكيد رغبة أمريكا في السلام(١).

كل هذا لا يعني أن وسائل الإعلام الأخرى، مثل الكتاب أو المقال الصحفي أو الملصق وغيرها، لم تكن هي الأخرى موضع اهتمام من علماء الاجتماع وعلماء النفس، بل ومن أجهزة الإعلام ذاتها. فقد شاهدنا مثلا فيلما فرنسيا (بطولة " لوي دي فينيس ") لمدرس في المرحلة الابتدائية وقد لاحظ أن تلاميذه يأتون إلى المدرسة شبه منومين، وبعد البحث والتقصي، اكتشف المدرس أن تلاميذه يسهرون أمام شاشة التليفزيون، فما كان منه إلا أن صعد إلى أسطح المنازل لتحطيم هوائيات التقاط البث التليفزيوني.

وفي فرنسا أيضا ، أجريت عدة دراسات على حالات الانتحار التي سجلت بعد ظهور كتاب "طرق الانتحار" (**Suicide:** Mode d'emploi) طبعة شهر أبريل عام١٩٨٢م ، والذي وجدت نسخة منه على صدر أحد المنتحرين.

كذلك يحدثنا علماء الإجرام عن جرائم ثبت ارتكابها بأسلوب تم عرضه في أحد الكتب أو في إحدى المجلات أو الصحف ...، ومنها ما نشر في مصر عن بعض الأطفال المنحرفين الذين كانوا يكتبون على الحائط اسم " البرادعي" (إحدى الشخصيات في مسلسل تليفزيوني) بعد كل عملية إجرامية كانوا يرتكبونها في ضاحية حلوان . كذلك تم القبض على عصابة في السويس كانت قد قامت بعملية سرقة لواحد من محلات المجوهرات، وعند التحقيق، قال الجناة إنهم حاولوا تقليد ما شاهدوه في الفيلم السينمائي " لصوص لكن ظرفاء" (والذي عرض على شاشة التليفزيون المصري).

ويشير عزت السعدني في تحقيقات متوالية نشرت في أيام السبت في جريدة الأهرام اليومية في شهر فبراير عام ٢٠٠١م إلى تأثير ينسب لوسائل الإعلام ، وأنها كانت وراء انحراف كثير من الشباب بتعريفهم بالمخدرات... ، (وكنا قد أشرنا إلى ذلك عام ١٩٨٥م(٢)) . وفي شهر فبراير من العام نفسه ، جاء على لسان أم في "بريد الأهرام" أنها شاهدت ابنتها في غرفتها وحدها وهي تجلس أمام المرآة وترفع ذيل جلبابها لكي تظهر ساقيها وتردد الجملة نفسها التي جاءت على لسان إحدى الممثلات في لقطة "جنسية" في إعلان على شاشة التليفزيون (لفيلم سوق المتعة)، والحمد لله وحده، وجدنا رد فعل إيجابي من المسؤولين عن التليفزيون، وتغير الإعلان، كما تم تغيير إعلان في الفترة ذاتها (لفيلم الوردة الحمراء) بعد أن انتُقد بشدة على صفحات الجرائد ممن يدركون خطورة هذا الجهاز على النشء، والذي يمكن للمهتم معرفته من خلال الحالات المرضية في العيادات النفسية.

---

(١) انظر ملخص لموضوع هذا الفيلم في الملاحق.
(٢) انظر الملاحق.

وبدون أي اتهام صريح لوسائل الإعلام - أو لإحداها - كان علماء النفس المتخصصون في الطب النفسي للأطفال في جامعة "توبنجن" (University, Tübingen) بألمانيا قد أعلنوا عام١٩٨١م، أن حالات الفزع والانهيارات النفسية في ازدياد لدى التلاميذ. وقد لاحظ أيضا هذا الفريق من العلماء، أن الرغبة في الهروب من المجتمع، والتي تظهر غالبا في محاولة الانتحار، موجودة لدى الأطفال من سن ٩ سنوات إلى ١٢ سنة.

وبطبيعة الحال، اهتم أطباء الأطفال وعلماء التربية وعلماء النفس وعلماء الاجتماع... بهذه "الظاهرة" الجديدة، وشُكلت في ألمانيا جماعات ولجان من هؤلاء المتخصصين، إلى جانب ممثلين من الوزارات المختصة والمعنية بالنواحي الاجتماعية والثقافية ، لدراسة هذه الظاهرة وأسبابها[١]. ومن الجدير بالذكر أيضا ، أن الحاسب الآلي "الكمبيوتر" الذي يعرف بأنه شخصي (PC)، والإنترنت على وجه الخصوص (بوصفهما أحدث وسائل الإعلام عند كتابة هذه السطو)، يواجهان الاتهامات التي وجهت للتليفزيون خصوصا وأن هاتين الوسيلتين الأحدث من التليفزيون يعدان من الوسائل الشخصية التي ينفرد بها الفرد بعيدا عن أعين الآخرين[٢]، "اللدردشة" مع مجهولين، ومكاتبتهم...

وفي العاشر من مارس عام ٢٠٠١م، نشر أحمد مصطفى العملة تحقيقا في جريدة الأهرام يشير فيه صراحة إلى أن التليفزيون والسينما وراء ظهور ما يمكن أن نطلق عليه اسم "ثقافة الجريمة" لدى الطفل[٣]، والذي يحتاج لدراسة متأنية. وفي تعليقه على واقعة هروب أربع فتيات من ملوي في سن الخامسة عشر عثر عليهن بعد ٢٠ يوما من الاختفاء قال الأنبا ديمتريوس مطران ملوي: "إن وسائل الإعلام خاصة التليفزيون يساعد على قيام الفتيات والشباب في سن المراهقة بتصرفات غير مسؤولة"[٤]، بل وعلى الأطفال في سن التنشئة، والتي قد يفسرها ما سمعته أم من ابنتها التي لا يتجاوز عمرها سبع سنوات بعد مشاهدتها لإعلان عن فيلم على شاشة التليفزيون: "ماما، عايزة أكبر بسرعة، وألبس مايوه، علشان أجري على الرمل، وواحد يجري وراي"[٥]...

ومع ظهور الأطباق اللاقطة للبث الوافد (Dish)، بدأت الأصابع تشير إلى احتمال وجود تأثير سلبي لها، منها على سبيل المثال ما جاء على لسان الممثلة خيرية أحمد منتقدة سلوك ابنتها في فيلم "جواز على ورق سلوفان"، بل وإلى تأثير مظهر وسلوكيات مذيعات على شاشة بعض القنوات الفضائية الوافدة على بعض المذيعات المصريات وهن يشكلن "قدوة لبناتنا" أشار

---

(١) R. MENG. – " Université et Tiers-Monde . Un colloque scientifique à Giessen". Art. Dans la presse allemande, trad. Fr. *in*: **La Tribune d'Allemagne,** No. 972, Belgique , 12 décembre 1982.

(٢) انظر الملاحق.

(٣) انظر الملاحق.

(٤) **الأهرام** ، ٢٣ مايو ٢٠٠١م

(٥) فضلنا هنا تسجيل الكلمات كما نطقت بها الطفلة...

إليها فاروق جويدة[١] وغيره كثيرون، بعد أن بدأ تأثير البرامج الوافدة يظهر على سلوكيات الشباب من الجنسين، بل وعلى مفردات اللغة لدى بعض الأفراد...

باختصار شديد، توجد تساؤلات عديدة يمكن أن تثار حول وسائل الإعلام، وحول أهمية وجودها في المجتمع، بل هناك من يطالب بإعدام هذه الوسائل ، أو بعض منها على الأقل، لأسباب مختلفة؛ فكما تأخر دخول التليفزيون مثلا في دولة مثل جنوب أفريقيا لأسباب يقال إنها عنصرية[٢]، وأدخلته إسرائيل لأسباب سياسية، نجد هناك من ينسب إلى هذه الوسيلة كل تدهور داخل المجتمع[٣]، وتشكلت جمعيات بهدف الهجوم على التليفزيون، وخرج علينا كتاب في الولايات المتحدة الأمريكية بعنوان "أربع حجج لإلغاء التليفزيون"[٤]، ووقف المستشار الألماني السابق "هيلموت شميث" ينادي بوقف الإرسال التليفزيوني عدة أيام في الأسبوع ويتهمه بأنه قد أساء إلى العلاقات الاجتماعية[٥]، ويكفي أن نعرف كذلك أن هناك بعض كتب تحرمها الكنيسة، وبعض الكتابات والرسوم[٦] تدخل تحت بند المحرمات، أو المحذورات، أو، المصمتات، "تابو" .(Tabou)

هذا وقد عشنا في الشهور الأولى من القرن الواحد والعشرين أزمة وزارة الثقافة في مصر مع ثلاثة كتب قيل إن بها ألفاظا جنسية[٧]وكذلك بالنسبة لصور لوحات فنية نشرت في إحدى المجلات المتخصصة، وقد ظهر في عدة دراسات أن بعض الأفراد ممن ينتمون إلى مذاهب معينة يحرمون مشاهدة التليفزيون...[٨]، والقائمة طويلة، ولن تنتهي...

وكان لابد من القيام بدراسات حول تأثير وسائل الإعلام...، وكانت هذه الدراسات ـ كما سنرى فيما بعد ـ النواة لهذا العلم الذي بدأنا في تدريسه لطلبة كلية الإعلام بجامعة القاهرة عام ١٩٨٣م، وهو علم الاجتماع الإعلامي، الذي كان وقتها أحدث فرع لعلم الاجتماع[٩]، وهذا الفرع لعلم الاجتماع يدرس وسائل الإعلام في المجتمع مؤثرة فيه ومتأثرة به.

---

(١) انظر على سبيل المثال " ماذا جرى للمذيعات ؟!" **الأهرام** ، ٣١ يناير ٢٠٠٣م.

(٢) في ثمانينيات، نفى "أوستن سابياس" (Austin SAPIAS) من **NBC/PNG** في بابوا (غينيا الجديدة) وجود خدمة تليفزيونية لديهم، ويقول إنهم ليسوا بحاجة إلى هذا التليفزيون ما دامت تصلهم برامج التليفزيون من خمس دول مجاورة.

(٣) انظر الملاحق

(٤) Jerry MANDER.- **Four Arguments for the Elimination of Television** . Morrow, New York , 1978

(٥) نشرة أخبار في التليفزيون الفرنسي عام ١٩٧٨م.

(٦) انظر على سبيل المثال كتابنا: **رسوم الطفل بين المحلية والعالمية** (دار المسافر، جدة، المملكة العربية السعودية ، ١٩٩٧م)، وأيضا، "أخيرا.. الأزهر يوافق على التصوير الإسلامي" في جريدة **الأهرام** (١ أكتوبر / ٢٠٠١م)، بخصوص كتاب للدكتور ثروت عكاشة عن التصوير الإسلامي والديني كان قد تم حجبه ومنع تداوله عام ١٩٧٨م.

(٦) راجع الصحافة المصرية في يناير ٢٠٠٢م.

(٧) راجع الصحافة المصرية في يناير ٢٠٠٢م.

(٨) راجع " هل البروتستانت أكثر تحفظا في تعاملهم مع التليفزيون ؟ " في كتابنا: **علاقة الطفل بالوسائل المطبوعة والإليكترونية**. طبعة ثانية ، مكتبة نهضة الشرق، ٢٠٠٠م.

(٩) فقد ظهرت فروع جديدة لهذا العمل سوف نشير إليها لاحقا.

ويؤرخ للدراسات الاجتماعية (السسيولوچية) [1] الخاصة بتأثير وسائل الإعلام بالستينيات، عندما بدأ الاتجاه العام لعلماء الاجتماع يأخذ طريقه إلى دراسة الكليات ,والتي يطلق عليها اسم "ماكرو سسيولوچي" (Macro-Sociology) وذلك بدلا من (Micro-Sociology) وهي دراسة الجزئيات[2]. وتعد دراسات "كلابر" خير مثال لهذا الاتجاه السسيولوچي للإعلام[3]، وتعد الدراسات التي طبقت على دور وسائل الاتصال الاجتماعي في ثورة ٢٥ يناير أحدث دراسات اهتمت بسسيولوچية وسائل الاتصال والإعلام، وأيضا معظم دراساتنا التي نهتم فيها - بوجه خاص - بالجانب الاجتماعي لوسائل الإعلام والاتصال وهي كثيرة.

والكتاب الذي بين أيدينا الآن، والذي أضفنا إلى هذه الطبعةالمنقحة نتائج دراستين ميدانيتين حديثتين قمنا بهما، إحداهما عن تكنولوجيا الراديو والإذاعات التقليدية، والأخرى عن شبكات التواصل الاجتماعي. وهذا الكتاب يعرض لهذا العلم الجديد، علم الاجتماع الإعلامي الذي وضعنا قواعده سنة ١٩٨٤م، بوصفه فرعا من فروع علم الاجتماع، لذلك خصصنا الفصل الأول منه للحديث عن علم الاجتماع وفروعه، ثم تناولنا في الفصل الثاني الدراسة الاجتماعية لوسائل الإعلام مع التركيز على وسائل الإعلام في الدول النامية وخاصة التليفزيون ، حيث خصصنا مبحثا مستقلا للحديث عن التليفزيون المصري، والذي يحتاج لوقفة متأنية في دراسة مستقلة بعد انتشار الفضائيات القي سحبت البساط من تحته ومن تحت تليفزيونات قومية في دول أخرى شقيقة، حيث كان رد بعض أبناء هذه الدول علينا عند السؤال عن مشاهدة التليفزيون لديهم يأتينا في شكل تساؤل تعجبي: وهل مازال موجودا؟! فقد دخلت الفضائيات حياتنا، وأيضا الحاسب الآلي، والإنترنت الذي يسمح لنا بمشاهدة القنوات الفضائية والاستماع لإذاعات من دول بعيدة عنا وبدون طبق لاقط، وبجودة عالية وبدون تشويش. كذلك ثبت دور وسائل الاتصال الاجتماعي وبخاصة الفيس بوك وتويتر في التغير الاجتماعي الذي لمسناه في ثورة ٢٥ يناير باتصال الشباب ببعضهم عن طريقها - دون إغفال البريد الإلكتروني هنا - حتى لجأ المسؤولون في مصر لغلق الإنترنت[4] بل والموبايل أيضا[5]... ثم اضطروا لإعادتها بعد ذلك، ونترك فهم دلالة ما حدث للقارئ العزيز.

والله الموفق ،،،

أستاذ دكتور / انشراح الشال

الجيزة/ أكتوبر ٢٠١٢م

---

(١) يفضل الأستاذ الدكتور محمد الجوهري ، رحمه الله ، كتابة هذه الكلمة بوضع حرف " واو " بعد السين الأولى (سوسيولوچية). انظر: فاطمة القليني ومحمد الجوهري وآخرون.- **الإعلام والمجتمع : دراسات في علم الاجتماع الإعلامي**. دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، ١٩٩٨م.

(٢) J. T. KLAPPER. – **The Effects of Mass Communication.** The Free Press . Glencoe, Illinois, 1960.

(٣) J.K. - "What We Know About the Effects of Mass Communication". *in*: **Public Quarterly,**

(٤) انظر المبحث الثامن.

(٥) هدد المسؤولون في سوريا بغلق الإنترنت والموبايل لتكميم الأفواه هناك واستخدموها مفزعة للضغط على الثوار في سوريا.

الفصل الأول
مجالات الدراسة في علم الاجتماع الإعلامي

تمهيد

للحديث عن مجالات الدراسة في علم الاجتماع الإعلامي، يجب التعرف أولا على علم الاجتماع، وكيف نشأ، وما مجالات الدراسة فيه، وكيف تشعب وتفرع .. لكي نصل في النهاية إلى نشأة علم الاجتماع الإعلامي، لأن دراسة الفرع تستوجب دراسة الأصل أولا.

وفي الصفحات التالية ، نناقش في الفصل الأول عدة موضوعات سبق وتناولها زملاء لنا وأساتذة، وتوصلوا في دراساتهم إلى نقاط جديرة بأن نقدمها للقارئ قبل الدخول في تفاصيل موضوعنا، لكي نتعرف على العلم الأصل وفروعه. ثم نناقش في الفصل الثاني اهتمام العلماء بالاجتماع الإعلامي.

المبحث الأول
مقدمة في علم الاجتماع

أولا ـ نشأة علم الاجتماع ومؤسسه[1]

انقسم المهتمون بعلم الاجتماع إلى فرق وذلك عند تحديد المؤسس الأول الذي يجب أن يُنسب إليه فضل إرساء قواعد هذا العلم . فقد عد بعضهم المفكر العربي ابن خلدون (١٣٣٢م ـ ١٤٠٦م) مؤسسا لعلم الاجتماع ، وقد أخذت هذه المجموعة في حكمها بالأسباب التالية:

ـ أن ابن خلدون قد ميز بين مجتمع البدو ومجتمع الحضر بشكل دقيق.

ـ أنه أول من أطلق اسم "علم العمران" واسم "الاجتماع البشري" على دراسة الظواهر الاجتماعية والطبيعية.

ـ أوضح ابن خلدون الطبيعة البشرية بشكل متكامل ولم يفصل بين مكوناتها على خلاف آخرين من علماء الاجتماع الغربيين.

ـ درس ابن خلدون الحياة الاجتماعية في بيئتها وحضارتها.

ـ فصل دراسة الظواهر الاجتماعية عن الظواهر التاريخية.

ـ وضع قانون تطور الأمم من خلال مراحل وربطها بالتحديد الزمني ومحددا لكل مرحلة أربعين عاما.

ـ اعتمد طريقة "المشاهدة" بوصفها طريقة علمية في استخلاص نظرياته الاجتماعية.

وعند تحديد مؤسس علم الاجتماع أيضا، أخذت إحدى الفرق في الغرب برأي "إميل دوركايم" (١٨٥٨م ـ ١٩١٧م)، وعدّت العلامة الفرنسي "سان سيمون" (١٧٦٠م ـ ١٨٢٥م) أول داعية لإنشاء "علم للإنسان" يرتكز على مناهج العلوم المجردة. وفي هذا يقول إميل دور كايم (E. DURKHEIM): " إنه يجب أن ينسب إلى سان سيمون وحده الشرف الذي نسبه بعض العلماء إلى أوجست كونت بأنه أنشأ علما جديدا هو علم الاجتماع".

ويضيف دوّر كايم إلى ذلك أن "سان سيمون لم يرسم فقط خطة هذا العلم الجديد، وإنما حاول أيضا أن ينفذها، كما أن جميع الأفكار التي تسود مجتمعنا الحالي تجد جذورها لدى سان سيمون".

---

(١) للاستزادة، ارجع إلى:

ـ حسن الساعاتي.ـ **علم الاجتماع الخلدوني**. بيروت، دار النهضة العربية، ١٩٦٣م.

ـ مصطفى الخشاب.ـ **علم الاجتماع ومدارسه**. الكتاب الثاني، وموضوعه: دعائم علم الاجتماع وحقائقه . مطبعة لجنة البيان العربي، الطبعة الثالثة، ١٩٥٨م.

ـ مليحة عوني القصير و معن خليل عمر.ـ **المدخل إلى علم الاجتماع**. جامعة بغداد، ١٩٨١م.

ـ نيقولا تيماشيف (ترجمة محمود عودة وآخرين).ـ **نظرية علم الاجتماع**: طبيعتها وتطورها . دار المعارف بمصر، الطبعة الثانية، ١٩٧٢م.

ـ محمود عودة.ـ "نشأة علم الاجتماع: دراسة في سسيولوجيا المعرفة" س ٤٣ ـ ٦٤ في : **دراسة في علم الاجتماع والأنثروبولوجيا**. دار المعارف بمصر. الطبعة الأولى، ١٩٧٥م.

ويؤيد هذا الرأي أيضا ، مدافعا عن سان سيمون بوصفه مؤسس علم الاجتماع، العلامة الفرنسي "ماكسيم لو روا"، والذي يؤكد أن أوجست كونت لم ينشئ علم الاجتماع، وإنما الفضل في إنشائه يرجع إلى سان سيمون وحده، الذي وجه العلوم الاجتماعية وجهة علمية.

وإلى جانب هذين الفريقين، يرى فريق ثالث أن "أوجست كونت" (١٧٩٨م - ١٨٥٧م) هو مؤسس علم الاجتماع، حيث أخذ هذا الفريق في الاعتبار أن هذا العلامة الفرنسي هو أول من أطلق اسما لهذا العلم الذي يهتم بالدراسات الاجتماعية.

واسم هذا العلم الذي أطلق عليه أوجست كونت اسم "سوسيولوجي" (Sociology)، هو اسم عَلم مركب تركيبا مزجيا[١]، من خليط من اللغة اللاتينية واللغة اليونانية، ويصف شقاها ما يسعى هذا العلم الجديد إلى تحقيقه وإنجازه. إذ أن المقطع "سوسيو" (Socio) ، وهو مشتق من الكلمة اللاتينية "سوسوس" (Socus) بمعنى "رفيق أو رابطة"، يشير إلى المجتمع. أما المقطع "لوجي" (Logy) وهو مشتق من كلمة "لوجوس" (Logos) اليونانية والتي تعني كلمة "منطق"، أي أنه يشير إلى الدراسة ذات المستوى الرفيع من حيث الدقة والتعمق.

وبهذا، فإن الكلمة المركبة من المقطعين "سوسيو" و"لوجي"، "سسيولوجي"، وتعني هذ الكلمة المركبة: دراسة الروابط، أو العلاقات، أو كما يترجمها بعض العلماء بأنها: **دراسة المجتمع دراسة تتمتع بدرجة عالية من التعميم والتجريد.**

ومن الجدير بالذكر هنا، أن أوجست كونت كان ينوي تسمية هذا العلم الجديد "الفيزياء الاجتماعية" (Social Physics)، لكنه تخلى عن هذه التسمية بعد أن نشر الباحث البلجيكي "أدولف كيتليه" (A. Quételet (1796-1874) دراسات إحصائية عن المجتمع أطلق عليها اسم "الفيزياء الاجتماعية"[٢].

ويأخذ الفريق الذي ينسب علم الاجتماع إلى أوجست كونت بأسباب أخرى تبرر وجهة نظرهم هذه، حيث يذكرون أن أوجست كونت قد فصل موضوعات علم الاجتماع عن موضوعات العلوم الإنسانية الأخرى، مثل دراسة الدين والأخلاق والسحر، وينسبون إليه أيضا الفضل في جمع الأفكار والحقائق الاجتماعية التي كانت غير منظمة، بل ومبعثرة بين العلوم الإنسانية الأخرى، وأنه أخرجها في إطار علمي منسق، كما أنه أجرى مسحا تاريخيا لجميع العلوم، واعتبر "الرياضيات" أولى العلوم ومفتاحها جميعا ، كما أنه وضع علم الاجتماع في نهاية سلم العلوم، واعتبره تاجا لها، ومصدرا لكافة العلوم الإنسانية الأخرى، وبهذا، فإن ترتيب أوجست كونت للعلوم على النحو التالي:

١ - الرياضيات

---

(١) يحضرنا هنا كلمة للرئيس الليبي معمر القذافي - رحمه الله - قالها عند الحديث عن القضية الفلسطينية وهي كلمة "إسراطينية"، وهي كلمة مركبة تركيبا مزجيا من كلمة إسرائيل وكلمة فلسطين.

(٢) مما يذكر في عملية اختيار اسم يحضرنا مثلا، أننا كنا قد بدأنا بحثا عن الطفل، وفوجئنا بزميل لنا يستعين بعنواننا نفسه عنوانا لكتاب له ، مما جعلنا نختار اسما آخر لكتابنا الذي تضمن نتائج البحث المذكور. ارجع إلى: علاقة الطفل بالوسائل المطبوعة والإليكترونية. **مرجع سابق.**

٢ ـ الفلك
٣ ـ الفيزياء
٤ ـ الكيمياء
٥ ـ علم الأحياء
٦ ـ علم الاجتماع

وقد رأى أوجست كونت أن كل علم في هذا السلم التدريجي يعتمد على ما سبقه من العلوم. وكان تصنيف كونت لعلم الاجتماع بعد علم الأحياء قائما على اعتبار أن جميع العلوم تهتم بالجزئيات لا بالكليات، ما عدا علم الأحياء الذي يهتم بالكليات ويدرس الجزئيات من خلال ارتباطها بالكليات، وهذا يشبه علم الاجتماع الذي يدرس الجزئيات ضمن الكليات، لذلك صنَّفه أوجست كونت بعد علم الأحياء بسبب هذا التشابه.

وقد استند أيضا الفريق الذي يرى أوجست كونت مؤسسا لعلم الاجتماع إلى أن هذا العلامة قد حدد أيضا منهجا للبحث في علم الاجتماع، ويقوم هذا البحث على الملاحظة، والتجربة، والمقارنة.

وعند تحديد مؤسس لعلم الاجتماع، وإلى جانب الفرق الثلاثة السابق ذكرها، يرى بعض المهتمين بعلم الاجتماع أن هذا العلم لم يظهر بشكله المتكامل إلا من خلال كتابات الألماني "كارل ماركس" (١٨١٨م ـ ١٨٨٢م) وخاصة كتاباته المادية، لأنها طرحت نظرية ومنهجا وفلسفة جديدة تدرس الطبقة العاملة في المجتمعات الإنسانية[1]، وركزت على تناقض الحياة المادية مع الحياة المعنوية وما تفرزه من إشكاليات اجتماعية واقتصادية داخل البناء الاجتماعي. إلا أن وجهة النظر هذه تهمل الأسبقية الزمنية في التسمية ودراسة باقي جوانب الحياة الاجتماعية غير المتناقضة.

خلاصة القول هنا ، هي أنه مما تقدم ذكره، يمكن استنتاج أن كل فريق، أو بأسلوب آخر، كل مدرسة من هؤلاء ـ أخذت برأي معين في اعتبار عالم بعينه مؤسسا لعلم الاجتماع ـ قد انطلقت من الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية والفكرية التي تعيش فيه، هذا من جانب، كما أنها من جانب آخر قد أخذت أيضا في الاعتبار إسهامات هذا العالم أو ذاك في وضع اللبنات الأساسية لهذا العلم الذي ندرسه. إلا أننا يمكننا أن نأخذ برأي مجموعة من الباحثين والعلماء تعد ابن خلدون وأوجست كونت معا المؤسسين لعلم الاجتماع ، الأول لأنه عرّف مجالات هذا العلم وحدد منهجه، والثاني لأنه هو الذي أطلق على هذا العلم الاسم الذي مازال معروفا به حتى الآن: (Sociology).

---

(١) زيدان عبد الباقي.ـ **ركائز علم الاجتماع**. دار المعارف بمصر، ١٩٧٥م.
وأيضا: مليحة عوني القصير ومعن خليل عمر، **مرجع سابق**.

ثانيا ـ موضوع علم الاجتماع

كما انقسم علماء الاجتماع عدة فرق عند تحديدهم لمؤسس علم الاجتماع، انقسموا أيضا عند تحديدهم لموضوع علم الاجتماع إلى ثلاث طوائف:

١ ـ **تذهب الطائفة الأولى إلى أن موضوع علم الاجتماع، هو دراسة العلاقات الاجتماعية.** ويتزعم هذه الطائفة "جورج سيمل"، ويتبعها "ألفريد فركانت" (Alfred VIERKANDT) و"ماكس فيبر" (M. WEBER)، هذا وقد انقسم أتباع هذه المدرسة إلى فرق وُجهت إليها الانتقادات الشديدة وأصبحوا يمثلون ثلاثة اتجاهات رئيسية على النحو التالي :

(أ) التزم فريق منهم بدراسة العلاقات الاجتماعية في صورها المجردة ، ويحاول ردها إلى عناصرها الأولية.

(ب) واختص فريق آخر بدراسة هذه العلاقات كما تنشأ في المجتمع بين أفراده، غير أنهم قسموا العلاقات الاجتماعية قسمين:

ـ علاقات ثابتة ومنظمة وهي في نظرهم موضوع علم الاجتماع،

ـ وعلاقات غير ثابتة وغير مستقرة ولم يشملها التنظيم، وهذه تخرج بطبيعتها عن موضوع العلم.

(ت) ويرى الفريق الثالث أن موضوع علم الاجتماع هو دراسة جميع العلاقات الاجتماعية الثابت منها وغير المستقر، المنظم وغير المنظم ، المباشر وغير المباشر ، لأن مثل هذه العلاقات غير المستقرة تأخذ سبيلها إن عاجلا أو آجلا إلى التنظيم والاستقرار والثبات.

٢ ـ أما الطائفة الثانية، فإنها ترى أن تقوم بجانب علم الاجتماع طائفة أخرى من العلوم الاجتماعية الجزئية يتناول كل منها دراسة ناحية من نواحي الحياة الاجتماعية . ويؤيد هذا الاتجاه كبار علماء الاجتماع أمثال دور كايم ، وهوبهوس ، وجنزبرج.

٣ ـ وتضم الطائفة الثالثة مجموعة من العلماء لا يمثلون اتجاها واحدا ، ولكنهم يمثلون وجهات نظر خاصة؛ فمنهم مثلا من يذهب إلى أن علم الاجتماع هو علم النظم الاجتماعية ، وأشهر من نحى هذا الاتجاه العلامة الفرنسي "كوفييه" (CUVILLIER)، ومنهم أيضا من يذهب إلى أن الموضوع الأساسي لعلم الاجتماع هو دراسة المبادئ التي تؤدي إلى الوحدة في المجتمع، ودراسة القوى التي تدفع بالمجتمع إلى التطور، وأشهر المؤيدين لهذا الرأي العلامة الأمريكي "ماك إيفر" (Mac IVER).

ويذهب بعض العلماء إلى القول أيضا بأن موضوع علم الاجتماع هو دراسة التغير الاجتماعي، وما ينطوي عليه من تقدم في التنظيم والعلاقات والوظائف الاجتماعية، وأشهر علماء هذا الاتجاه العلامة الأمريكي "سمول" (SMALL).

وفي حالة ما إذا تركنا كل هذه التفصيلات والخلافات جانبا، فإننا نجد أن هناك شبه إجماع استقر عليه علماء الاجتماع بخصوص الموضوعات الأساسية للدراسات الاجتماعية (السسيولوجية) وهي:

١ ـ دراسة الظواهر الاجتماعية .
٢ ـ دراسة العمليات الاجتماعية .
٣ ـ دراسة الثقافة .
٤ ـ دراسة التغير في الثقافة وفي البناء الاجتماعي .

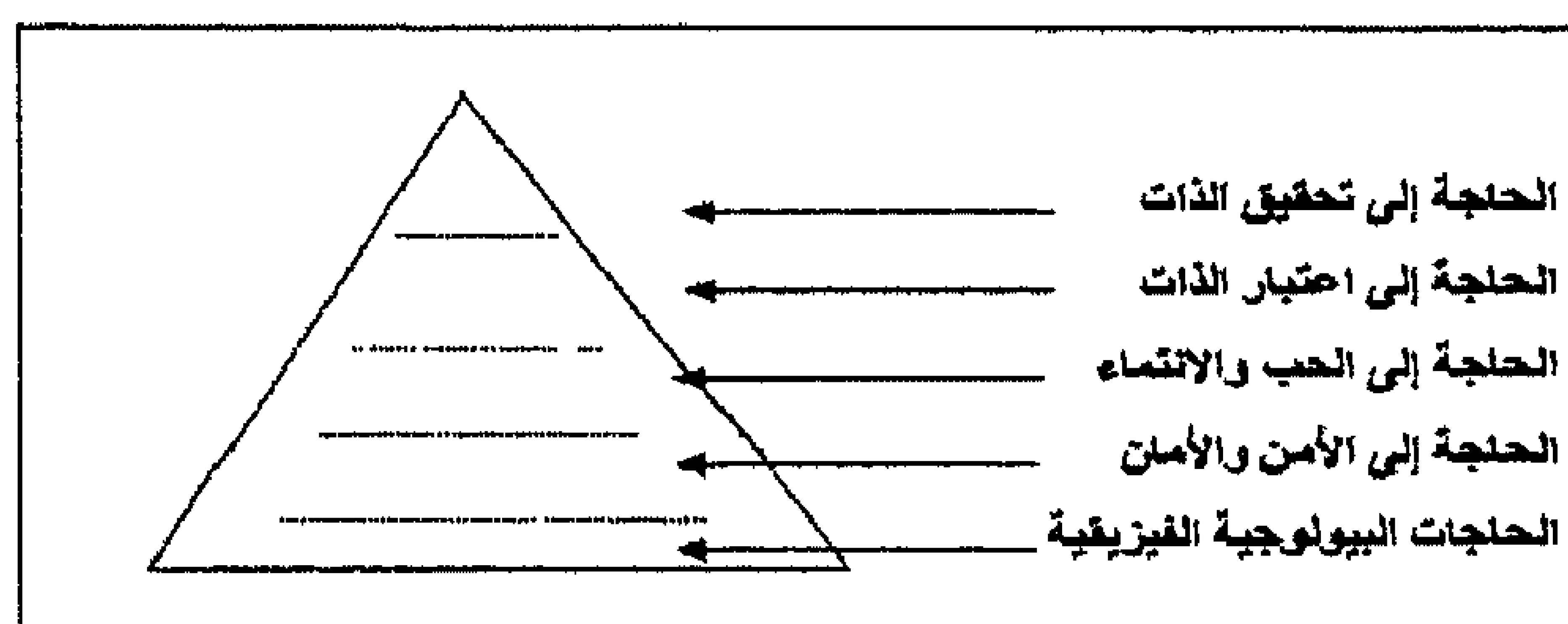
ونخرج هنا مما سبق ذكره، بأن علم الاجتماع يتناول جميع الموضوعات التي تتناول الفرد من حيث وجوده في المجتمع، أي من حيث طبيعته الاجتماعية، وهذا التحديد الشامل لمجالات الدراسة في علم الاجتماع يستبعد أي موضوع يتعلق بطبيعة الفرد النفسية، كما يستبعد طبيعة الفرد الفيزيقية؛ فمن المعروف أن للإنسان ثلاث طبائع أساسية متمايزة، ويعبر كل منها عن ناحية محددة في الإنسان:

١ ـ طبيعة فيزيقية حيوية بوصفه كائنا حيا يخضع لظروف البيئة الكلية المحيطة به.

٢ ـ وطبيعة نفسية باعتباره ذاتا فردية لها كيانها.

٣ ـ وطبيعة اجتماعية يشعر الفرد بمقتضاها أن كيانه متوقف على معيشته مع غيره في مجتمع معين، وأنه لا يمكن أن يعيش بمفرده، بل إنه لابد أن يكيف سلوكه وتصرفاته وفق قواعد ونظم يرتضيها مجتمعه[1] حتى يشبع حاجاته الأساسية، والتي صورها "أبراهام ماسلو" في شكل هرم مدرج.

سلم "ماسلو" للحاجات الإنسانية



وقد صور "أبراهام ماسلو" (A. H. MASLOW) الحاجات الأساسية للإنسان في شكل سلم، هرم، قاعدته الأساسية الحاجات البيولوجية التي يتفق فيها الإنسان مع غيره من المخلوقات، وقمته الحاجة إلى تحقيق الذات[2]، والذي يعبر عنه الشكل السابق.

---

(١) LERNER.- " Toward a New Paradigm". *in*: W. SCRAMM & D. Daniel LERNER (ed.).- **Communication and Change:** The Last Ten Years and the Next . The University Press of Hawaii. 1976.

(٢) A. H. MASLOW.– "A Theory of Human Motivation" P. 370-396 *in*:

وبالنظر إلى هذا الترتيب، الذي يعد الحاجات البيولوجية الفيزيقية الطبيعية أساس هذه الحاجات الأولية وأهمها، ويليها الحاجة إلى الأمن والأمان، نجد أن ما قاله "ماسلو" في الأربعينيات من القرن العشرين، يتفق مع ما جاء في القرآن الكريم في سورة قريش (١-٤): بسم الله الرحمن الرحيم: ﴿لِإِيلَافِ قُرَيْشٍ (١) إِيلَافِهِمْ رِحْلَةَ الشِّتَاءِ وَالصَّيْفِ (٢) فَلْيَعْبُدُوا رَبَّ هَذَا الْبَيْتِ (٣) الَّذِي أَطْعَمَهُمْ مِنْ جُوعٍ وَآمَنَهُمْ مِنْ خَوْفٍ (٤)﴾ صدق الله العظيم.

ثالثا ـ علم الاجتماع وفروعه

يعرف علم الاجتماع بأنه " علم وصفي تقريري يرمي إلى دراسة شئون الحياة الاجتماعية (من دعائم وظواهر ونظم وتيارات اجتماعية) ، دراسة علمية تحليلية مقارنة، لشرح ما هو كائن وليس لبيان ما ينبغي أن يكون". ومثال لهذا النوع من الدراسات، الدراسة التي قام بها العلامة الفرنسي "إميل دور كايم" للظواهر الاجتماعية، والتي اعتبرها أحد أنواع السلوك والذي يشترك فيه كافة أفراد المجتمع، حيث يرى أن هذه الظواهر ذات وجود خاص مستقل عن الصور التي تظهر في الحالات الفردية، كما أنها تباشر نوعا من القهر والضغط الخارجي على الأفراد. وسوف نتحدث عن الظاهرة الاجتماعية بشيء من التفصيل فيما بعد.

وقد كان لاتساع نطاق علم الاجتماع، وتنوع الميادين التي يغطيها بالدراسة، أن درج كثير من العلماء إلى تقسيمه إلى فروع مثلما فعل علماء آخرون في علوم أخرى، حيث يمكننا أن نأخذ في دراستنا هذه بالتقسيم الذي يقسم علم الاجتماع إلى الأقسام التالية(١):

أ ـ علم الاجتماع العام

وهو فلسفة العلم والمدخل إلى دراسة العلوم الاجتماعية. ويجب أن يشمل هذا العلم دراسة المقومات العامة للحياة الاجتماعية والبحث في طبيعة المجتمع وأشكاله، وخواص ظواهره ونظمه، والعلاقات والروابط الاجتماعية سواء بين الأفراد أو بين النظم والظواهر.

ويجب أن يشمل هذا العلم أيضا أسس الدراسة، ومنهج البحث، والطرق العلمية المؤدية إلى كشف القوانين الاجتماعية، ومراتب هذه القوانين من حيث العمومية وضبط الأحكام. ويدخل في نطاق هذه المناهج المبحث الذي يسمى "قياس الظواهر ـ أو الظاهرات ـ الاجتماعية" (Sociometry). ويلحق بهذا العلم كذلك دراسة التفكير الاجتماعي والمدارس الاجتماعية المعاصرة، وذلك للوقوف على ماضي العلم وحاضره وما ينتظر منه لتحقيق مجتمع المستقبل.

Psychological Review. 1943.

(١) للاستزادة ارجع إلى: مصطفى الخشاب، مرجع سابق.
وإلى مليحة عوني القصير ومعن خليل عمر، مرجع سابق.

ب ـ علم أصول الحضارات وتطورها

وهو العلم الذي يدرس المجتمعات المتأخرة، وأصول المدنيات القديمة وتفرعها وتشعبها، وانتشار التراث الثقافي، ومظاهر التخلف الثقافي، والقوى الاجتماعية المؤثرة في التطور الاجتماعي سواء كان هذا التطور جزئيا أو كليا. ويجب أن يشمل هذا العلم المباحث والدراسات التالية:

١ ـ **علم الإنسان والأجناس** ولاسيما الجانب الاجتماعي منها، وهو ما يسمى بعلم الأنثروبولوجيا والإثنوغرافيا الاجتماعي، والذي يطلق عليه بعض العلماء اسم:

" Social Anthropology and Ethnography Anthroposociology"

٢ ـ **علم الاجتماع الثقافي** ، ويدرس الثقافة وانتشارها، وعناصر التراث الثقافي ومظاهر تخلفه، وهو ما يطلق عليه اسم : "Sociology of Culture"

٣ ـ **التطور والتغير الاجتماعي** ، وهو ما يسمى : "Sociology of Change"

ت ـ المورفولوجيا والديموغرافيا

١ ـ **المورفولوجيا** ، أو الدراسة البنيوية، وهي دراسة بنية المجتمع وتركيبه وطبقاته والمسائل المتعلقة بنمو المدن وتخطيطها والوظائف التي تؤديها.

٢ ـ **الديموغرافيا**، أو الدراسة السكانية، وتدرس المسائل المتعلقة بالعناصر السكانية، والتوزيع السكاني، ومظاهر الكثافة السكانية، والتخلخل السكاني، والهجرة الداخلية والخارجية والموسمية ومبلغ ارتباطها بالنشاط الاجتماعي، ويسمى هذا الفرع باسم "علم السكان".

ث ـ العلوم الاجتماعية الخاصة (أو ما يسمى بعلم الوظائف الاجتماعية) وهي :

١ ـ **علم الاجتماع الأسري**، ويدرس الأسرة وما يتصل بها من ظواهر ونظم.

٢ ـ **علم الاجتماع الاقتصادي**، ويدرس الظواهر والنظم الاقتصادية في المجتمع.

٣ ـ **علم الاجتماع السياسي**، ويدرس الظواهر والنظم السياسية وما يتصل بها من مشاكل والعلاقات الدولية[١].

٤ ـ **علم الاجتماع القضائي والجنائي**، ويدرس الناحية القانونية والقضائية والنظم المتصلة بالمسؤولية والجزاء والانحرافات الشاذة والجرائم وما إليها.

---

(١) ارجع إلى : زيدان عبد الباقي.ـ **علم النفس الاجتماعي في المجالات الإعلامية**. مكتبة غريب، القاهرة، ١٩٧٨م.

٥ - **علم الاجتماع النفسي**، ويدرس نفسية الشعوب والقوى المؤثرة في الجماهير والزعامة ومقوماتها والرأي العام واتجاهاته[1].

٦ - **علم الاجتماع الأخلاقي**، ويدرس المعايير الأخلاقية والعرف والعادات والتقاليد.

٧ - **علم الاجتماع الجمالي**، ويدرس معايير الجمال والفن باعتباره ظاهرة اجتماعية .

٨ - **علم الاجتماع اللغوي** ، ويدرس اللغة في نشأتها وتطورها وتشعبها وصراعها مع غيرها من اللغات وقيام اللهجات.

٩ - **علم الاجتماع التربوي**، ويدرس النواحي التربوية ولا سيما التربية الوضعية التي تتجه بالنظم التعليمية نحو الغايات العلمية والتطبيقية ونحو تحقيق أهداف المجتمع ومطالبه.

١٠- **علم الاجتماع الديني** ، ويدرس النظم الدينية من معتقدات وطقوس وعبادات.

١١ - **علم الاجتماع المدني (الحضري) والريفي**، أو بأسلوب آخر، دراسات في البيئة الاجتماعية (Urban and Rural Sociology)، والذي يسميه بعض علماء الاجتماع في الولايات المتحدة الأمريكية باسم" Sociology of Ecology.

وقد كان الدافع وراء قيام هذا المبحث الجديد الذي يخص علم الاجتماع المدني والريفي هو سرعة نمو المدن الصناعية وزيادة مؤسساتها، وتعقد العلاقات الاجتماعية فيها، وتغير مستويات المعيشة بتغير الظروف الاقتصادية والسياسية، وتبعا لزيادة عدد السكان، وما كان لمسائل التصنيع من أثر في هجرة الأفراد من الريف إلى المدن، ومن تحسن في وسائل المواصلات. ويهتم القائمون بهذه الدراسة بالمسائل المتعلقة بالتركز السكاني والهجرة و"الانعزال المحلي" (Segregation) لبعض الطوائف والطبقات الاجتماعية، وانحلال الروابط المحلية والأسرية، وانخفاض معايير الذوق العام. ويدخل بعض العلماء في نطاق هذا العلم الفرع الجديد المتعلق بشئون التصنيع، وهو علم "الاجتماع الصناعي".

١٢ - **علم الاجتماع الحربي، أو سسيولوجيا الحرب**، وهو العلم الذي يدرس الحرب من حيث نشأتها ودوافعها وأسبابها الكامنة في طبيعة المجتمعات،

---

(١) Roger Gérand SCHWARTZENBERG.– **Sociologie politique.** Collection Université Nouvelle. Editions Montchrestien, Paris, 1974.
& Jean-Pierre COT & Jean-Pierre MOUNIER.- **Pour une sociologie politique** Deux Tomes. Collection "Plitique", Editions du Seuil. Paris, 1974.

والنظريات التي قيلت في تفسيرها. وقد تقدم هذا العلم تقدما كبيرا في إنجلترا والولايات المتحدة الأمريكية، لا سيما بعد الحرب العالمية الثانية، لأن العلماء المحدثين أدركوا أن قوة الدفاع لا تتوقف فحسب على إعداد الجيوش من النواحي المادية والفنية، بل يجب أن يدخل في تقدير المشرفين على شؤون الدفاع المسائل الاجتماعية، ودراسة نفسية الشعوب، فلا يقتصرون على ما تقدمه لهم العلوم الطبيعة من خدمات لاستغلال الطاقة المادية، بل يجب الاهتمام بما تقدمه العلوم الإنسانية، ونخص منها العلوم الاجتماعية بما تقدمه من معلومات تفيد شؤون الحرب.

١٣ - **علم الاجتماع التطبيقي**، وهو العلم الذي يدرس درجة الانتفاع بحقائق علم الاجتماع والقوانين الاجتماعية في الإصلاح الاجتماعي، ومحاولة الارتقاء بالنظم والأوضاع القائمة ...، ويدخل في هذا الدراسات المتعلقة بالتنظيم والتنسيق الاجتماعي، والرقابة الاجتماعية، والتخطيط الاجتماعي، والهندسة الاجتماعية، وما إلى ذلك من الأمور التي ينطوي عليها الإصلاح الاجتماعي.

كما أنه ظهرت فروع أخرى لعلم الاجتماع[١].

وإلى العلوم الاجتماعية الخاصة، أو ما يسمى باسم "علم الوظائف الاجتماعية، يمكن إضافة فروع ظهرت حديثا وهي:

١٤- علم اجتماع المعرفة[٢]

١٥ - علم اجتماع الفن[٣]

١٦ - علم الاجتماع الإعلامي[٤]

ما سبق الحديث عنه، يدل دلالة واضحة على أن **علم الاجتماع ينمو ويتشعب باستمرار**، حيث تظهر علوم جديدة تربط بينه وبين سائر العلوم. فقد أصبحنا نقرأ مثلا عن **علم النفس**

---

(١) من هذه الفروع لعلم الاجتماع نذكر: علم اجتماع الحاسب الآلي (الحاسوبي)، علم الاجتماع الاقتصادي، علم الاجتماع الأنثوي، علم الاجتماع الطبي، علم الاجتماع السياسي، علم اجتماع الكوارث، علم اجتماع العائلة، علم اجتماع السوق

(٢) Gunter EISERMANN.– " FONDEMENTS d' une sociologie de la connaissance empirico-systëmatique" , P. 85-111 *in*: Jean DUVIGNARD.- **Sociologie de la connaissance** . Payot, Paris, 1979. . *& als* & Michel MAFFESOLI.– "Conflits, Dynamique Collective" *in*: J. DUVIGNARD& *als*. ***Ibid.***

(٣) جانيت وولف (ترجمة ومراجعة ماري تريز عبد المسيح وخالد حسن).- **الجمالية وعلم اجتماع الفن** . المجلس الأعلى للثقافة ، ٢٠٠١م.

(٤) ارجع إلى محاضراتنا بكلية الإعلام جامعة القاهرة ١٩٨٣م، (غير المنشورة) وإلى كتابنا: مدخل إلى علم الاجتماع الإعلامي (طبعة أولى عام ١٩٨٥م).

الاجتماعي، وعلم الاجتماع النفسي[١]، وكذلك **علم الاجتماع السياسي، وعلم السياسة الاجتماعية**...، كذلك الأمر بالنسبة للإعلام، فقد أصبح في الإمكان قيام علم يخص الاجتماع الإعلامي، وآخر للإعلام الاجتماعي، وذلك بعد أن أصبحنا في حاجة ماسة لدراسة اجتماعية لوسائل الإعلام، وترجع أهمية القيام بهذه الدراسات الاجتماعية لوسائل الإعلام إلى ظهور تغيرات في المجتمعات نسبت إلى تلك الوسائل[٢].

تأصيلا على ذلك، نستطيع القول بأن علم الاجتماع بفروعه المتعددة يتناول مختلف المجالات والأنشطة التي يمارسها الفرد في المجتمع، وهذا يفسر لنا مدى ارتباط علم الاجتماع بعلوم إنسانية مثل التاريخ والجغرافيا وعلم النفس، وكذلك ارتباطه بالعلوم الاجتماعية الأخرى؛ فالعلاقات الاجتماعية ـ موضوع علم الاجتماع ـ تتأثر بعوامل كثيرة، منها أحوال الفرد النفسية، والظروف السياسية والاقتصادية التي تتم في إطارها هذه العلاقات، بل وتتأثر هذه العلاقات الاجتماعية بالعوامل الجغرافية والطبيعية للمجتمع...، ولذلك، فإنه توجد صلة وثيقة بين علم الاجتماع وغيره من العلوم الإنسانية، بل وتوجد هذه العلاقة الوثيقة أيضا بين علم الاجتماع والعلوم الطبيعية. وفيما يلي بعض نماذج توضح هذه العلاقة الموجودة بين علم الاجتماع وعلوم أخرى.

رابعا ـ علاقة علم الاجتماع بالعلوم الأخرى

لإلقاء الضوء على علاقة علم الاجتماع ببعض علوم أخرى، سنكتفي هنا بما جاء في كتب علم الاجتماع من أمثلة، إلا أننا سنحاول تقديم تصورنا الخاص للعلاقة التي يمكن أن تقوم بين علم الاجتماع وعلم الإعلام.

١ ـ علاقة علم الاجتماع بعلم الاقتصاد

إذا كان علم الاقتصاد يدرس وسائل الإنتاج والاستهلاك والتوزيع، فإن علم الاجتماع يدرس أثر توزيع الثروة على نظام الطبقات الاجتماعية ومدى الفروق الاجتماعية بين أفراد المجتمع الواحد، وأثر هذه الفروق على كيان المجتمع بصفة عامة، كما أن علم الاجتماع في حاجة إلى دراسة النظريات والمذاهب الاقتصادية، ومدى تأثيرها على المشاكل الاجتماعية المختلفة.

فبينما يدرس الاقتصاد ظاهرة التداول مثلا على أنها حقيقة واحدة تتداول بمقتضاها السلع بطريق النقود، حيث يبحث في الأسعار والعوامل التي تؤدي إلى انخفاضها وارتفاعها بمقتضى قوانين العرض والطلب التي تقرر أنه كلما زاد العرض وقل الطلب انخفض السعر، وبالعكس، كلما قل العرض وزاد الطلب ارتفع الثمن، ينظر إليها علم الاجتماع على أنها متطورة ومتعددة وتختلف باختلاف المجتمعات، فيثبت مثلا أن التداول كان ولا يزال في بعض المجتمعات المتخلفة يقوم على أساس المقايضة أو الهدايا الملزمة التي تتبادلها القبائل في مناسبات اجتماعية خاصة، مثل المواسم والأعياد والحفلات الدينية، وأن النقود ليست هي الوسيلة الوحيدة لتداول السلع والخدمات.

---

(١) زيدان عبد الباقي. **مرجع سابق.**
(٢) انظر على سبيل المثال المرجع السابق؟

٢ ـ علاقة علم الاجتماع بعلم السياسة

لكل مجتمع نظامه السياسي الذي يشمل شكل الحكومة، واختصاص السلطات القائمة فيه، وحقوق الأفراد وواجباتهم، وعلم الاجتماع يدرس مدى تأثير هذه النظم السياسية على النظم الاجتماعية الأخرى في المجتمع. فمثلا، إذا كان النظام السياسي القائم في مجتمع ما يقوم على الروح الديمقراطية، فإن لذلك أثره في نواحي الحياة المختلفة في هذا المجتمع، فيتأثر بها التعليم وحرية الرأي والحرية الاقتصادية؛ فعلم السياسة على سبيل المثال، يهتم بوضع دستور للمجتمع يحدد اختصاصات هيئاته (تشريعية وتنفيذية وقضائية)، بينما علم الاجتماع يعني بدراسة أثر النظام السياسي على الوظائف الاجتماعية، وعلى حقوق الأفراد وواجباتهم، ويقارن بين أثر النظم السياسية المختلفة على هذه النواحي في المجتمعات التي تتباين في نظامها السياسي.

فإذا أخذنا أثر النظام السياسي على النظام التربوي مثالا، فإننا نلاحظ فرقا بين نظم التربية في ظل النظام الفاشي (إيطاليا) ونظم التربية في ظل النظام الديمقراطي...؛ ففي ظل النظام الفاشي تتجه أساليب التربية إلى بذر بذور الخضوع المطلق، وتقديس الشعارات، وعدم إطلاق حرية الرأي فيما يتعلق بنظام الحكم، وبذر بذور التمييز والعنصرية والتعصب للعرق، والحث على كراهية الشعوب الأخرى المعادية، أو المنافسة، كما كان الحال في ألمانيا النازية مثلا (في عهد هتلر) وما يحدث على أرض فلسطين المحتلة. أما في ظل النظام الديمقراطي، فإن فرص التعليم متاحة للأفراد، ويتم تبادل الآراء والأفكار والمناقشات، ويشعر الفرد بذاته وبمساهمته في حكم البلاد.

٣ ـ علاقة علم الاجتماع بالتاريخ

لا شك أن دراسة تاريخ المجتمع تساعد كثيرا على تفهم ودراسة الظاهرات الاجتماعية فيه، حيث تساعد دراسة التاريخ على معرفة أصول هذه الظاهرات وتطوراتها ودوافعها؛ فكثرة جرائم القتل المنتشرة في صعيد مصر على سبيل المثال، قد ترجع إلى الرغبة المتأصلة في الأخذ بالثأر، وهنا تبين الدراسات التاريخية أصل هذه العادة وكيف يتوارثها الخلف عن السلف، وهذا يساعد الباحث كثيرا في مجال العلاج والإصلاح.

٤ ـ علاقة علم الاجتماع بعلم النفس

يبحث علم النفس في دراسة سلوك الإنسان وغرائزه وانفعالاته وميوله الفردية. ولما كان الفرد لا يعيش إلا في وسط جماعي، فإنه يتكيف ويتأثر بالبيئة الاجتماعية، وينتج عن ذلك أنواع من النشاط النفسي لا يمكن أن يدرسها علم النفس الفردي.

فظاهرة المحاكاة بتقليد آخرين، والميول الاجتماعية مثل المشاركة الوجدانية والتعاون، ومثل غريزة التجمع نفسها، تعد محاور للدراسات الاجتماعية والنفسية معا، وكذلك دراسة الذوق العام والقيادة والزعامة وآثارها على المجتمعات والرأي العام[١]. كل تلك الأمور وما

---

(١) من الكتابات التي تهم الإعلامي في هذا الموضوع، نحيل القارئ إلى مجموعة من البحوث لكل من "كارتريت" و"فستنجر" وآخرين، والتي قام بترجمتها وعرضها محمد طلعت عيسى في كتاب قديم نسبيا

شابهها، أصبحت موضوعا مشتركا بين علم النفس وعلم الاجتماع، بل إن فرع علم النفس الذي يعني بدراسة هذه النواحي يعرف حاليا باسم "علم النفس الاجتماعي".

٥ ـ علاقة علم الاجتماع بالجغرافيا

للأوضاع الجغرافية والعوامل الطبيعية أثر كبير في حياة المجتمعات من النواحي الاجتماعية والاقتصادية والثقافية...، حتى أن بعض العلماء ينسبون للعامل الجغرافي كل الأثر في حياة المجتمع، مثل أثر المناخ على سلوك الأفراد من حيث الجرائم الخلقية المختلفة ومنها السطو والقتل والنشاط الجنسي، كما يختلف سكان الجبال في عاداتهم وتقاليدهم وتصرفاتهم عن سكان الوديان والسهول، ولذا كان علم الاجتماع يهتم كثيرا بالعوامل الجغرافية في مجال دراساته الاجتماعية لأي مجتمع . فنجد مثلا العامل الجغرافي ـ إلى جانب عوامل أخرى ـ يؤثر في سن الالتحاق بالمدارس، فنجد مثلا في البيئات الباردة يمكن للأطفال الالتحاق بالمدارس في سن يتراوح ما بين ٧ و ٨ سنوات، بينما بالنسبة للبيئات الأخرى، فإن الأطفال يمكن أن تلتحق بالمدارس في سن يتراوح ما بين ٥ و ٦ سنوات، كما نلاحظ ارتباطا بين تاريخ بداية العام الدراسي ومناخ هذه الدولة أو تلك (بل ونرى هذا الاختلاف داخل الدولة الواحدة كما في مصر بالنسبة لعدد من المحافظات للاستعانة بالتلاميذ في جني محصول القطن). وفي البيئات الباردة يختلف شكل المدارس عنها في البيئات المعتدلة أو الحارة، حيث يتمتع هؤلاء بالتعليم في الهواء الطلق في شكل فصول مفتوحة، بينما لا يمكن أن نتوقع ذلك في البيئات الباردة(١)

كذلك يلاحظ أيضا أن للموقع الجغرافي أثرا على الوضع السياسي للمجتمع ، فالبلاد ذات المواقع الاستراتيجية كانت ولا تزال محط أنظار المستعمرين ـ كما هو الحال بالنسبة لمصر ـ وكذلك الأمر بالنسبة للثروات الطبيعية، كما رأينا مثلا ما حدث في العراق والمطامع الأمريكية حتى ولو لبست ثوبا مستترا.

٦ ـ علاقة علم الاجتماع بالإعلام

علاقة علم الاجتماع بالإعلام هو الموضوع الذي نتناوله في كتابنا هذا بشيء من التفصيل. ولكن يجب علينا أن نشير هنا إلى أننا إذا كنا نرى أن علم الإعلام يدرس خصائص وسائل الإعلام المختلفة وتطورها وانتشارها...، فإن علم الاجتماع يدرس اختلاف وسائل الإعلام باختلاف المجتمعات. فبينما يدرس علم الإعلام الخصائص العامة لكل وسيلة من وسائل الإعلام، فإن علم الاجتماع يدرس النظم الاجتماعية والظاهرات الاجتماعية التي تؤثر في هذه الوسائل داخل المجتمع، حيث ينظر علم الاجتماع إلى هذه الوسائل على أنها متعددة ومتطورة وترتبط بظروف المجتمع الذي تعمل فيه .إ.، أي أنها لا تعمل منفردة، بل تتأثر بالنظم

ـ **تنظيم وقيادات الجماعات:** أساليب البحث والأصول النظرية. سلسلة الإنسان والمجتمع، دار ومطابع الشعب بالقاهرة. الطبعة الأولى، ١٩٦٥م.

(١) يلاحظ أيضا أن المناخ يؤثر في وسائل الإعلام من هذا المنطلق نفسه، حيث نجد في مصر على سبيل المثال دورا للسينما والمسرح مفتوحة الأسقف وغير مغلقة في فصل الصيف، وهي ظاهرة لا يمكن مشاهدتها مثلا في دول الشمال الباردة، والتي ظهرت فيها ـ في المقابل ـ سينما السيارات، والتي بدأت تظهر مؤخرا في مصر، مع تحفظنا على ظهورها في المجتمع المصري لأسباب يعرفها القارئ جيدا، ونعتقد أنها اختفت حاليا من مصر.

والظاهرات الاجتماعية الأخرى، كما أنها تؤثر في هذه النظم والظاهرات الاجتماعية؛ فوسائل الإعلام مثلا في القرية، تختلف عن وسائل الإعلام في المدينة، وإذا كانت السمة الغالبة على نظام الحكم في مجتمع ما هي الدكتاتورية، فإن ذلك ينعكس على وسائل الإعلام التي تصبح عندئذ بوقا للجهاز الحاكم، بل إن ذلك يؤثر أيضا في حجم الإعلام داخل هذا المجتمع الذي يختفي منه صوت المعارضة. كذلك النظام الاقتصادي في المجتمع يتأثر ويؤثر في وسائل الإعلام، حيث يختلف دور وسائل الإعلام نفسه باختلاف النظام الاقتصادي، وهكذا...[1].

خامسا ـ ماهية علم الاجتماع الإعلامي

قبل الحديث عن مفهومنا لعلم "الاجتماع الإعلامي" نتعرف أولا على شروط، أو خصائص، قيام العلم[2].

١ ـ خصائص قيام العلم

من أهم خصائص قيام العلم توافر الشروط التالية :

أ ـ وجود طائفة متميزة من الظواهر يتخذها العلم موضوعا للدراسة والبحث.

ب ـ خضوع هذه الظواهر في دراستها لمنهج بحث.

ت ـ الوصول في ضوء مناهج البحث هذه إلى طائفة من القوانين العلمية التي تحكم تلك الظواهر؛ فبدون الأحكام العامة والقوانين الكلية تصبح الدراسة عديمة الجدوى ولا ينطبق عليها اسم "علم". ولعل هذه النقطة بالذات هي التي أخرت قيام علم الاجتماع وفوتت عليه فرصة النشأة والاستقلال منذ القدم شأن فروع المعرفة الإنسانية الأخرى كما يقول عالم الاجتماع مصطفى الخشاب ـ رحمه الله[3].

٢ ـ تعريف علم الاجتماع الإعلامي

انطلاقا من المفهوم السابق لخصائص العلم، يمكننا القول بأن علم الاجتماع الإعلامي، الذي هو فرع من فروع علم الاجتماع، هو دراسة وصفية علمية تحليلية مقارنة لوسائل الإعلام، من حيث وجودها في المجتمع الإنساني، مؤثرة فيه ومتأثرة به.

من هنا يمكن القول بأن علم الاجتماع الإعلامي هو إذن "العلم الذي يدرس وسائل الإعلام بوصفها ظاهرة اجتماعية، دراسة وصفية، بمعنى، دراسة الواقع الفعلي لهذه الوسائل، أي دراسة ما هو كائن وليس ما ينبغي أن يكون".

---

(١) ارجع في ذلك إلى الكتب والبحوث الخاصة بالدراسات الإعلامية.

(٢) انظر في تعريف العلم : عبد الحليم محمود السيد . ـ **علم النفس الاجتماعي والإعلامي : المفاهيم الأساسية** . دار الثقافة للطباعة والنشر ، القاهرة ، ١٩٧٩م .

(٣) مرجع سابق.

ويؤكد هذا التعريف على أن تكون هذه الدراسة علمية، مما يشير إلى أهمية أن يتحرر الدارس من سيطرة بعض المقولات والأفكار الشائعة التي اكتسبت قوة خلال فترة من الزمان.

كذلك يؤكد هذا التعريف أيضا على موضوعية وشيئية الدراسة، ولن يتم ذلك إلا باستخدام مناهج البحث العلمية.

أما أن تكون هذه الدراسة تحليلية ، فهذا يعني إرجاع موضوع الدراسة إلى عناصره الأولية.

كما يشترط هذا التعريف أيضا أن تكون تلك الدراسة مقارنة، سواء مقارنة كل وسيلة بوسيلة أو بأكثر من الوسائل الأخرى ، أو مقارنة خصائص كل وسيلة في مجتمع ما مع مثيلاتها في مجتمعات أخرى. وعندما نتكلم عن "مجتمعات أخرى"، فالمقصود هنا أوسع وأشمل من أن يتحدد ويقتصر على المجتمعات المعاصرة، بل هناك أيضا البعد الزماني، أي مقارنة ما يحدث حاليا في مجتمع بعينه بما حدث في المجتمع ذاته في عهود سابقة، أو بما حدث في مجتمعات أخرى؛ وهذا يشير إلى أن المقارنة في مثل هذه الدراسات جائزة عندما نأخذ في الحسبان عنصر الزمان أو عنصر المكان أو كليهما[١]، أو مقارنة ما يحدث بالنسبة لوسيلة بما يحدث لوسيلة أو وسائل إعلامية أخرى.

٣ ـ خطوات الدراسة الاجتماعية لوسائل الإعلام

تتم الدراسة الاجتماعية لوسائل الإعلام في خطوتين:

أ ـ دراسة "مورفولوچية"، وهي دراسة بنيوية، أي دراسة بنية الوسيلة من حيث النشأة والتطور والانتشار من وجهة النظر الاجتماعية.

ب ـ دراسة "فسيولوچية"، وظيفية، وذلك بدراسة الدور الوظيفي الذي يمكن أن تؤديه كل من هذه الوسائل داخل المجتمع بغية الوصول إلى القوانين التي تحكمها. وليس بخاف أن هذه الدراسة الفسيولوجية للدور الذي يمكن أن تؤديه وسائل الإعلام داخل المجتمع يتطلب معرفة خصائص هذا المجتمع الذي تعيش فيه تلك الوسائل، وهو ما يؤكد عليه "ولبور شرام" في مقدمة لواحد من كتبه[٢]

٤ ـ وسائل الإعلام والظاهرة الاجتماعية

قبل الحديث عن وسائل الإعلام من منطلق أنها ظاهرة اجتماعية، يجب أولا أن نتعرف على ماهية الظاهرة الاجتماعية، والتي سبق وأن أشرنا إليها في الصفحات السابقة.

---

(١) "الزمكان" ، كما يحلو لبعض دمج الكلمتين ، كما رأينا من قبل دمج إسرائيل وفلسطين في كلمة واحدة، "إسراطين".

(٢) "There is no message except what people put into it. When we study communication, therefore, we study people… To understand how people relate to one another" :.. Wilbur SCHRAMM. – **Men , Messages and Media** : Look at Human Communication. Harper, Row. New York , 1973

١ ـ ماهية الظاهرة الاجتماعية

يكاد العلامة الفرنسي إميل دوركايم ينفرد دون غيره من علماء الاجتماع بأنه بذل قصارى جهده في تشخيص الظاهرة الاجتماعية وإبراز خصائصها النوعية وما تمتاز به من صفات، وذلك حتى يخلق لعلم الاجتماع منطقة نفوذ خاصة به.

ولكن، ما الظاهرة الاجتماعية لدى دوركايم والتي أطلق عليها المصطلح الفرنسي "Le fait social"(١)؟

وجد دوركايم أن ثمة ظواهر معينة في الحياة الاجتماعية يتعذر تفسيرها في ضوء التحليل النفسي أو الطبيعي . فهناك أنماط من السلوك، وضروب من التفكير، وحالات من الشعور، تتميز بأنها خارجة عن الفرد، أي أن لها وجودا خاصا ومستقلا عن الصور التي تظهر في الحالات الفردية، كما أنها تتمتع بقوة وتباشر نوعا من القهر على الأفراد.

وقد قسم إيميل دوركايم الظاهرات، أو الظواهر، الاجتماعية إلى نوعين:

النوع الأول : ويشمل الظواهر الاجتماعية العامة والتي تفرض نفسها على كافة شرائح المجتمع.

النوع الثاني : ويضم الظواهر الاجتماعية الخاصة التي تظهر في بعض شرائح المجتمع تحت ظروف اجتماعية خاصة ، وفي فترة زمنية محددة.

والأمثلة التي يمكن أن نعطيها للظواهر الاجتماعية عديدة؛ ومن أهم الظواهر التي يمكن أن نذكرها هنا: قواعد الأخلاق، والأسرة، والممارسات الدينية، وقواعد السلوك المهني ...، مثل هذه الحقائق هي ظواهر اجتماعية من وجهة نظر دوركايم، وهي التي تشكل لديه الميدان الحقيقي لعلم الاجتماع. وبهذا، فإن علم الاجتماع لدى دوركايم هو إذن "دراسة الظواهر الاجتماعية". ويمكن الكشف عن الظواهر الاجتماعية لدى دوركايم بطريقتين:

الطريقة الأولى، وذلك من خلال القوة القاهرة والملزمة التي تمارسها على الأفراد، والتي تتجلى عموما في الجزاءات المصاحبة لأنماط السلوك.

أما الطريقة الثانية، فتتمثل في انتشار الظاهرة وعموميتها في الجماعة.

وتأصيلا على رؤية دوركايم لهذه الظواهر الاجتماعية، فإنه يُخرج "المحاكاة" من دائرة الظواهر الاجتماعية، حيث يرى أن المحاكاة عملية فردية تكمن في الفرد ذاته برغم ما قد يترتب عليها من نتائج اجتماعية.

---

(١) Gabiel TARDE.– **les lois sociales** . PUF , Paris , 1921
– **Les lois de l'imitation** . PUF , Paris , 1890.

وقد اختلف "جبرييل تارد" (١٨٣٤م - ١٩٠٤م) مع دوركايم في شأن المحاكاة ، حيث اعتبرها تارد ظاهرة اجتماعية [١]، ونحن نتفق وجبرييل تارد في أن المحاكاة ظاهرة اجتماعية؛ فالمحاكاة من وجهة نظرنا - الاجتماعية/النفسية - قد يكون لها من القوة والانتشار ما يجعلها تشكل سلوكا عاما في مجتمع ما ولو في فترة محددة [٢].

خلاصة القول هنا، هي اعتماد المدرسة النفسية في تفسيرها للحياة الاجتماعية على المحاكاة والتقليد والتي تأخذ ثلاث مراحل هي [٣]:

(أ) **مرحلة الصعود**: أي بداية المحاكاة،
(ب) **مرحلة الانتشار**: والتي يكون فيها التقليد قويا وفعالا
(ت) **مرحلة الانحدار**: والتي تشير إلى انتهاء فترة التقليد والمحاكاة، والتي تمهد لاختفاء الظاهرة موضوع المحاكاة في المجال الاجتماعي.

وترى المدرسة النفسية أيضا بأنه لا يمكن دراسة المجتمع بشكل علمي إلا إذا درسنا تكرار وتماثل سلوك الأفراد في المجتمع. ومفهوم التقليد عند هذه المدرسة يعني "النفس في الذاكرة" [٤]، والعادة التي تنتقل للفرد من خلال إعجابه بنماذج فردية تطمح إلى تقليدها. وبهذه الصورة، يصنف التقليد على أنه ظاهرة اجتماعية من وجهة نظر هذه المدرسة النفسية، حيث يمكن أن نستخلص من ذلك أن هذه المدرسة لا تفرق بين الظواهر الاجتماعية والنفسية، إلى جانب أنها تنظر للحياة الاجتماعية على أنها:

١ - عملية تقليد دائمة التوسع لاستيعاب ابتكارات جديدة.
٢ - عملية معارضة وحركات صراع لهذا التقليد.
٣ - ظهور ابتكارات جديدة من داخل هذا الصراع تصبح بدورها مركزا وموضوعا جديدا للتقليد، وهكذا...

ونحن نأخذ برأي "حابرييل تارد"، حيث نرى أن المحاكاة والتقليد من الظاهرات الاجتماعية، بالرغم من أنها قد تشكل أحيانا "هوجة"، أو بأسلوب آخر، "موضة"، تظهر لفترة محدودة بالنسبة لأفراد في المجتمع وما تلبث أن تختفي بعد فترة، طالت هذه الفترة أو قصرت؛ والأمثلة عديدة لتوضيح ذلك ، وأبسطها قص شعر الرأس تمثلا بأحد أبطال الأفلام السينمائية، أو التشبه بآخر من حيث إطلاق اللحية بشكل خاص، أو ارتداء زي معين ، أو حتى استخدام لكنة ما، أو مفردات "لغة" غير معروفة من قبل...، هذا وإن كنا لا نرى خروجا في ذلك عن خصائص الظاهرة الاجتماعية لدى دوركايم الذي يأخذ بوجود ظواهر عامة وأخرى خاصة.

---

(١) Gabiel TARDE.– Les lois de l'imitation, **idem**
(٢) نذكر على سبيل المثال انتشار ارتداء الجلباب الأبيض القصير في الشارع المصري بعد ظهور البترول في الدول العربية وهجرة العمالة المصرية إلى دول النفط.
(٣) انظر مؤلفات كل من : "سمول" و"جيدنجز" و"كولي" و"هوبهوس" و"إدوارد وسترمارك".
(٤) مليحة عوني القصير ومعن خليل عمر، مرجع سابق.

٢ ـ خصائص الظاهرة الاجتماعية كما حددها دوركايم

إلى جانب تقسيم دوركايم للظواهر الاجتماعية إلى ظواهر عامة وظواهر خاصة، حدد دوركايم النقاط التالية على أنها صفات وخصائص للظاهرة الاجتماعية:

أ ـ **أنها موضوعية** : أي أن لها وجودا خارج عن شعور الفرد ، لأنها ليست من صنع نفسه، بل يتلقاها من المجتمع الذي نشأت فيه. والظاهرة في هذه الحالة ليست وليدة التفكير الذاتي، إنما أشياء خارجة عن الشعور الفردي، مثل اللغة والدين والقانون، وتنتقل من جيل لآخر دون أن تتأثر بتغير الأفراد.

ب ـ **أنها إلزامية** : لما كانت الظاهرة خارجة عن شعور الفرد، فهي إما أن تكون حاملة صفة الجذب أو مفروضة على شعوره وسلوكه دون أن يشعر بها ويستجيب لها تلقائيا مثل: الأخلاق واللغة والدين وأنماط الأزياء والتراث.

ت ـ **أنها إنسانية**: أي تنشأ داخل المجتمع الإنساني وتشمل أساليب وقواعد التفكير والعمل الإنساني.

ث ـ **أنها تلقائية**: أي يمارسها الفرد دون تردد لأنها من صنع المجتمع، ومثال ذلك: المعتقدات الدينية والأخلاقية.

جـ ـ **أنها مترابطة**: وذلك مع بقية الظواهر الاجتماعية الأخرى، ومع البيئة الاجتماعية التي ولدت فيها.

وعندما يؤكد دوركايم على موضوعية الظواهر الاجتماعية وضرورة النظر إليها ومعالجتها على أنها أشياء، أو وقائع، قائمة بذاتها بعد الفكرة التي كانت سائدة في علم الاجتماع حين كان يعني بالتصورات بدلا من التركيز على الأشياء، فإن دوركايم يؤكد على أن **الغاية الأساسية لعلم الاجتماع هي تحقيق الموضوعية**، وأن عالم الاجتماع هنا مثله مثل عالم في العلوم الطبيعية والذي يفترض أنه يرتاد ميدان غير معروف وغير مكتشف. وحينما يقوم العالم بإجراء بحثه على هذا النحو، فإنه يستطيع أن يتعرف على الظواهر من خلال ملاحظة الظواهر الخارجية الملموسة مثل الولاء الديني والمكانة الزواجية ومعدل الانتحار...، ويؤكد دوركايم أن هذه الظواهر ـ التي أمكن إدراكها عن طريق التحليل المتعمق لها ـ إنما هي بمثابة انعكاس لظروف اجتماعية معينة؛ فإن معدلات الانتحار ـ مثلا ـ قد تصور انخفاض درجة التضامن الاجتماعي في مختلف أنماط الجماعات.

والواقع، أن معالجة دوركايم للظواهر الاجتماعية قد عملت على خلط كثير من الحقائق السسيولوجية المهمة ببعض الأفكار القابلة للنقاش، فهو يعتقد مثلا أن من الخطأ تفسير الظواهر الاجتماعية في ضوء سلوك الأفراد ودوافعهم، ويُرجع ذلك إلى أن صياغة الظاهرة الاجتماعية تقتضي أن يخضع السلوك الفردي لعملية تشبه تركيب القوى، بحيث تكون المبادئ التي تحكم هذه العملية غير مبادئ علم النفس الفردي.

٣ ـ تعريف الظاهرة الاجتماعية

هناك من يعرف الظاهرة الاجتماعية بأنها "**تفاعل بين شخصين أو أكثر**". ولكي يتم هذا التفاعل، يتعين أن يكون الفعل الإنساني الصادر عن شخص معين معتمدا على وجود فعل سبقه

صدر عن شخص آخر . ومن الممكن بالطبع ملاحظة التفاعل بطريقة مباشرة طالما أن الفعل يمثل حركة في العالم الخارجي. أما عن عنصر الاعتماد، فنحن نستطيع اكتشافه من خلال التفسير الذي يمكن أن يقدمه ملاحظ مشارك يستعين بقدراته في إعادة بناء عقلي للعمليات التي توحي بها إليه الأفعال الصادرة عن الآخرين.

وحينما يحدث التفاعل ، فإننا نستطيع عندئذ القول بأن الأفراد قد أصبحوا أطرافا في علاقة اجتماعية. وحينما تستمر هذه العلاقات الاجتماعية وتدور، فإنها تشكل جماعات اجتماعية تتألف من أشخاص أو أجزاء لكل منها ذاتيتها وفرديتها، وذلك يعني أن الكل يمتلك خواصا يمكن ألا تتوافر في أي من هذه الأجزاء منفردة . ويعكس هذا التعدد النزعة السسيولوچية الواقعية المعتدلة التي هي سائدة الآن.

٤ ـ نشأة الظاهرة الاجتماعية

يحتاج الناس في المجتمع الواحد إلى تبادل الآراء والأفكار، فتظهر اللغة التي يكون لها قواعد خاصة تختلف من مجتمع إلى مجتمع آخر، فلا بد من أن يكون لكل مجتمع لغته الخاصة، أو لهجته، وهي تتولد تلقائيا من اجتماع الناس مع بعضهم.

كذلك يشعر الناس أيضا بحاجتهم إلى حفظ النوع والتوريث فتنشأ الأسرة، حيث الأسرة هنا ظاهرة اجتماعية لها قواعدها ونظمها الخاصة التي ترمي إلى تنظيمها وتنسيق العلاقات بين أفراد العائلة بعضهم مع البعض الآخر مثل تنظيم وسائل الزواج والطلاق والميراث ...، ويشعر الناس كذلك بحاجتهم إلى تبادل المنافع فيظهر تقسيم العمل والتعاون في إنتاج ما يحتاج المجتمع إلى استهلاكه من الحاجات الضرورية والكمالية.

يمكننا أن نوجز ما سبق ذكره في أن الظاهرة الاجتماعية تتولد من تلقاء نفسها كلما اجتمع الناس مع بعضهم، وكلما ترابطت وتشابكت مصالحهم، وكلما اتحدت رغباتهم وتفاعلت مشاعرهم، يحدث هذا لتنظيم العلاقات فيما بين الأفراد داخل المجتمع.

وانطلاقا من وجهة النظر هذه، يمكننا أن نأخذ بأن وسائل الإعلام ـ بصفة عامة ـ ظاهرة اجتماعية، تختلف باختلاف المجتمعات، وعلى مر العصور. كما أن ما نطلق عليه اسم "وسائل الإعلام الجماهيرية"، والتي تقوم بنقل الأفكار في رسائل مطبوعة أو إليكترونية بين الأفراد والجماعات، تسمح للإنسان الاجتماعي، الذي يتصل بأمثاله، أن يتغلب على عنصري الزمان والمكان؛ أي أننا نعد وسائل الإعلام وسائط لنقل التفاعل بين أفراد المجتمع الإنساني"الكبير"، أو ما يصفه العالم الفرنسي "روبير اسكاربيت" بأنه المجتمع "ذو الحجم الضخم" (Hyper-dimension)(1) وأكبر مثال على هذا شبكة الإنترنت، التي سمحت بالتواصل بين الأفراد.

(1) Robert ESCARPIT.– **La théorie de l'information et pratique politique.** Editions du Seuil, Paris, 1981.

المبحث الثاني
اهتمام العلماء بالاجتماع الإعلامي

أولا ـ بداية الاهتمام بالدراسات الإعلامية

اهتم بعض العلماء، ولفترة طويلة، بالمسار الخطي للرسالة الإعلامية، من "المرسل" إلى "المستقبل"، وذلك عندما ذاع في عام ١٩٣٤م نموذج عالم السياسة الأمريكي "هارولد لازويل" (Harold LASSWELL)، والذي تبناه في عام ١٩٤٨م في بناء نموذج يصلح للدراسات الخاصة بالإعلام، نظرية للإعلام، قائمة على خمسة تساؤلات هي[1]:

من؟	Who?
يقول ماذا؟	Says What?
بأي وسيلة؟	In Which Channel?
لمن؟	To Whom?
وما هو التأثير؟	With What Effect?

وحول هذه التساؤلات الخمس، وخلال الفترة من ١٩٤٠م إلى ١٩٥٠م، بدأت تتبلور في الولايات المتحدة الأمريكية فكرة أحدث فرع في علم الاجتماع، وهو الفرع الذي يختص بسسيولوجية "وسائل الاتصال الجماهيري"، والذي له لبنته الأولى في مصر في بداية الثمانينيات.

ولما كان اهتمام لازويل موجها في البداية إلى الدعاية السياسية، فقد ركز على دراسة الجمهور وتأثير الرسالة الإعلامية على هذا الجمهور.

وهذا النموذج الخطي للاتصال، والذي يتضمن ثلاثة عناصر رئيسية هي: المرسل، والرسالة، والمستقبل، رأيناه أيضا فيما مضى محورا لدراسات أرسطو في الاتصال الشخصي، حيث تم ذكر أن الاتصال الشخصي يتضمن ثلاثة عناصر رئيسية هي: الخطيب، والخطبة، والجمهور، وذلك في فترة انتعش فيها فن الخطابة، وظهرت مدارس لتعليم هذا الفن، وصدرت بعض كتب تتحدث عن كيفية التأثير في الجماهير.

وإلى جانب انتعاش فن الخطابة في عصر أرسطو، وظهور بعض الكتابات لأرسطو وغيره، كان المناخ وقتها ملائما لظهور هذا الفن، وذلك لعوامل مختلفة منها:

١ ـ النظام القضائي ٢ ـ النظام البرلماني ٣ ـ انتشار فن الخطابة

---

(١) Harold LASSWELL. – "The Structure and Function of Communi- cation in Society" p. 117 – 118, *in* : W. SCHRAMM . – **Mass Communication** . University of Illinois Press , Second Edition, 1960

ونشير هنا إلى أن الأسئلة الخمسة المطروحة في نموذج لازويل قد استخدمها "كانتليان" (QUINTILIEN) قبل أكثر من عشرين قرنا من الزمان من ظهور هذا النموذج، حيث جاء في بيت من الشعر اللاتيني يقول فيه: هناك من قام بفعل شيء ما، فمن هو؟ وماذا فعل؟ ومن ساعده؟ وأين حدث ذلك؟ ومتى؟ ولماذا؟ وكيف؟[1]:

(Quis? Quid? Ubi? Quibus? Auxlis? Cur? Quomodo?)

وحول التساؤلات الخمسة التي طرحت في نموذج لازويل، يلاحظ أن معظم الدراسات الأمريكية في مجال الاتصال ـ إن لم يكن كلها ـ كانت تهتم بصفة خاصة بالموضوعات التي تدور حول الجمهور (To Whom) وحول التأثير (Effect).

وإلى جانب الدراسات الخاصة بالجمهور والتأثير، اهتم علماء الاجتماع أيضا في دراساتهم بمضمون الرسالة الإعلامية (What)، ومثال ذلك الدراسات التي قام بها "ماكس فيبر" (M. WEBER) للمذهب البروتستنتي والفكر الرأسمالي[2]. وغني عن البيان أن الباحثين في هذا المجال، والذين يهتمون بدراسة الرسالة ودرجة وضوحها وفعاليتها، يلجؤون دوما إلى تحليل المضمون بوصفه أداة للبحث.

ولم يغفل الباحثون أيضا دراسة القائم بالاتصال (Who)، فهناك دراسات عديدة حول الخصائص الديمغرافية والاجتماعية للقائم بالاتصال، المرسل، المصدر،شخصيته وثقافته[3]...

أما موضوع الوسيلة (Channel)، فقد أشبع هو الآخر بحثا ودراسة، وتوافينا الإحصاءات دوما بتعداد أجهزة الراديو، والتليفزيون، وأجهزة التقاط البث الوافد عبر الأقمار الصناعية، وعدد القنوات، وتعداد الصحف، وعدد النسخ المطبوعة، وعدد عناوين الكتب، وأيضا عدد النسخ المطبوعة منها وعدد أجهزة الحاسبات الإليكترونية... وغير ذلك من موضوعات تهم الإعلام والإعلاميين[4].

ثانيا ـ اتجاهات الدراسات الخاصة بالإعلام

(أ) تطبيق نموذج الاتصال الخطي لدى لازويل على الدراسات الخاصة بوسائل الإعلام

---

(١) Joseph FOLLIET. - **L'information moderne et le droit à l'information .** Chronique Sociale de France. La Diffusion Gamma , Paris , 1969 .
Philippe Gaillard. – **Technique du journalisme.** PUF. Coll. Que sais-je ? 2e édition,57

(٢) Jacques MOUSSEAU. – **Les communications de masse.** (ouvrage Collectif). L'nivers des mass media. Hachette, Paris, 1972 .

(٣) Francis BALLE & J.G. PADIOLEAU. – **Sociologie de l'in- formation:** Textes fondamentaux. Larousse, Coll. Sciences Humaines et Sociales. Paris, 1973

(٤) راجع على سبيل المثال لا الحصر التقارير التي تصدرها يونسكو في هذه الموضوعات وغيرها.

يظهر نموذج لازويل الخطي في دراسات بعض الباحثين في الدول النامية مثلما يظهر في دول مثل الولايات المتحدة الأمريكية أو فرنسا(١)، حيث وصل الأمر بأحد الباحثين إلى تقسيم رسالته في ثلاثة أجزاء وفقا للنموذج الخطي للاتصال على النحو التالي(٢):

الجزء الأول : المرسل
الجزء الثاني : الرسالة
الجزء الثالث : المستقبل

والملاحظ في هذه الدراسات الخاصة بوسائل الإعلام، والتي بدأت في الولايات المتحدة، والتي وتركز على التليفزيون، وبصفة خاصة البحث عن تأثير هذه الوسيلة على أذواق الجماهير ورغباتهم. ويمكن إرجاع ذلك إلى أن برامج التليفزيون في تلك الدولة الرأسمالية تمولها الإعلانات؛ ولذلك فإن الشركات التجارية التي تنفق على هذه الإعلانات تتفق فيما بينها على دراسة جماهير التليفزيون.

(ب) النقد الموجه لنموذج لازويل

ينادي علماء الاجتماع المهتمون بالإعلام بضرورة البحث عن نماذج أخرى غير نموذج لازويل ويتزعم هذه الموجة في فرنسا كل من: "فرنسيس بال" (Francis BALLE) و"أوليفييه برجلان" (Olivier BURGELIN)، وكذلك "جون كلوتييه" الكندي (Jean CLOUTIER)، والذي لا يمل من تكرار أسفه لاعتماد الباحثين على نموذج لازويل(٣).

أما "ستيفنسون" (Stiphenson)، فإنه ينتقد نظرية لازويل (الذي هو عالم من علماء السياسة)، باعتبار أن لازويل يطالب بأن يحكم العالم علماء السياسة. وقد شبَّه ستيفنسن لازويل بأفلاطون في جمهوريته المثالية، والتي حبذ فيها أن يحكم الفلاسفة العالم.

وأكثر ما يعنينا من نقد موجه إلى نموذج لازويل، هو أنه قد اهتم على وجه الخصوص بالقائم بالاتصال باعتباره قادرا على الإقناع، وأنه تجاهل تماما المجال الاجتماعي، أو بأسلوب آخر، تجاهل "المناخ الاجتماعي" الذي تتم في إطاره عملية الاتصال الإنساني. ومن الجدير

---

(١) نذكر على سبيل المثال الدراسة التي أجراها "مارينو" في الولايات المتحدة الأمريكية . انظر:
Merino UTRARS. – "La investigation cientification de la communication in America Latina" . Chasqui . Ecuator , 1974 . P. 81 – 103, *in*: Everett M. ROGERS. – **Communication and Developpement:** Critical Perspectivs. Contemporary Social Science Issue No. 32. Sage Publications, California, 1976.
Jean GUILLARD. – "Information et développement en Afrique Noire Francphone". **Thèse pour le Doctorat de Spécialité.** Sciences Economiques, Université de Paris I, Panthéon, Sorbonne, 1974.

(٢) Théophile-Serge BALIMA. – "La radiodiffusion en Haute-Volta" . **Thèse de 3e Cycle.** UPTEC, Bordeaux, Janvier 1980.

(3)Jean CLOUTIER. – " l'audio-visuel remis en question". P. 39-51, *in*: **Communication et Langages .** No . 41-42 , 1er Trimestre, 1979.

بالذكر أيضا، أن هناك من يأخذ على لازويل أنه في نموذجه السابق ذكره قد تناسى العوامل الأيديولوجية التي لا يمكن تجاهل تأثيرها في عملية الاتصال.

هكذا حملت المدرسة الفرنسية لواء البحث عن نموذج آخر للاتصال، غير النموذج الذي اقترحه هارولد لازويل في الثلاثينيات من القرن الماضي.

ففي عام ١٩٧٦م، أعاد "روبير إسكاربيت" صياغة النموذج، واقترح أن يكون النموذج على النحو التالي[١]:

من؟
يستقبل ماذا؟
في أي جماعة؟
بغية أي تأثير؟

والملاحظ هنا، أن اسكاربيت قد انطلق في نموذجه المقترح من عنوان لكتاب كان قد أصدره هارولد لازويل باسم : "من؟ يستقبل ماذا؟" (Who? Gets What?)، وهو ما اعتمدنا عليه لاحقا في صياغة نموذج خاص بنا لدراسة وسائل الإعلام، انطلاقا من دراسة ميدانية لنا نشرت في كتاب لنا بعنوان: بث وافد على شاشات التليفزيون[٢].

ثم جاء "ريمون نيكسون" (Raymond NIXON) في دراسته عن قراء الصحف، وعدّل هو أيضا من عبارة لازويل، وأضاف عنصرا جديدا يتصل بالموقف العام للاتصال، وعنصرا آخر وهو الهدف من عملية الاتصال، فأصبحت صياغة العبارة في نموذج نيكسون[٣]:

من؟
يقول ماذا؟
لمن؟
وما هو تأثير ما يقال؟
وفي أي ظروف؟
ولأي هدف؟

ونحن هنا نتفق ونيكسون في هذه الإضافة، فقد يختلف تأثير الرسالة عن الهدف منها تحت تأثير عوامل كثيرة من بينها الظروف التي يتم فيها الاتصال.

---

(١) Robert ESCARPIT. – **Théorie générale de l'information et de la Communication.** Hachette Université, 1976.

(٢) دار الفكر العربي، ١٩٩٤م.

(٣) Raymond NIXON. – "Changes in Reader Attitudes Toward Daily News Papers", *in*: **Journalism Quarterly,** Feb. 1948.

ومثال آخر لهذه النماذج التي تعتمد على نموذج لازويل ما قدمه "إميل چيراردن" (Emile GIRARDIN) في مجال الإعلان التليفزيوني والذي صاغ نموذجه في ثلاثة تساؤلات هي[١]:

ماذا نبيع؟ ، وأين؟ ، وما الثمن؟

أما عالمة الاجتماع الفرنسية " آن ماري لولان"، فقد استخدمت نموذجا من ستة مؤشرات مستوحاة هي أيضا من نموذج هارولد لازويل على النحو التالي[٢]:

١ـ من؟ ٢ـ يفعل ماذا؟ ٣ـ لمن؟ ٤ـ أين؟ ٥ـ كيف؟ ٦ـ متى؟

.ولما كانت هذه الباحثة تهتم أصلا بالصورة السينمائية، فقد ركزت دراستها حول السؤالين الأولين: من؟ يفعل ماذا ؟؛ وتفسير هذا الاتجاه هو أنه من خلال الإجابة عن هذين السؤالين يمكن للباحث أن يوضح المسائل التي تتعلق بما يطلق عليه "الإنتاج"، والبرامج في هذا المجال من الدراسات تركز بوجه خاص على السينما، كما تقول لولان التي تهتم في دراساتها بالصورة السينمائية[٣].

(ت) أهمية نموذج لازويل

وختاما لهذه المناقشة، وانطلاقا مما سبق ذكره من أمثلة، يمكننا أن نؤكد هنا على أن نموذج لازويل ـ وقد انقضى على صياغته أكثر من نصف قرن من الزمان ـ ما زال يشكل النواة التي تدور حولها البحوث في مجال الإعلام[٤]، كما يعتمد على نموذج لازويل كثير من الباحثين الذين يحاولون صياغة نموذج يمكن تطبيقه في الدراسات الإعلامية.

(ث) الإميريك الكندي (EMEREC)

في إحدى الدراسات التي أجريت في كندا، حاز القائم بالاتصال، وهو العنصر "من ؟" (Who?) والذي يشكل تساؤلا واحدا من التساؤلات الخمسة في نموذج لازويل، حاز هذا العنصرـ من؟، كل اهتمام "جون كلوتييه" الذي سبق وأشرنا إليه[٥].

ويرى كلوتييه العنصر "من؟" في عملية الاتصال تشخيصا للإنسان العصري، الإنسان الاتصالي، الذي هو في الوقت نفسه "مرسل" (Emetteur)، و"مستقبل" (Recepteur).

---

(١) Cité *in* : Joseph FOLLIET. – ***Op. Cit***

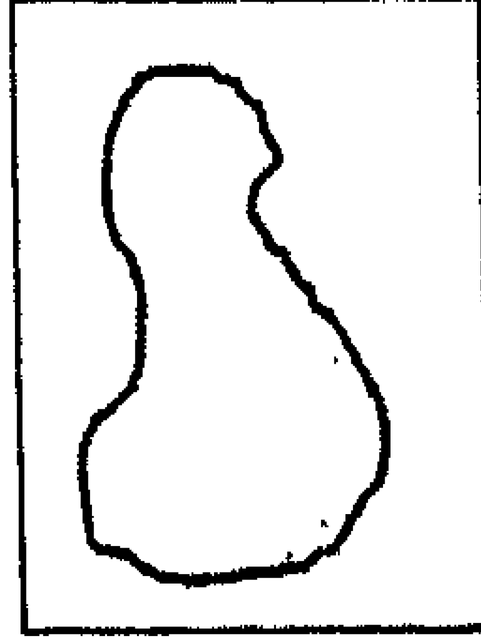
(2) Anne-Marie LAULAN. – **L'image dans la société contemporaine.** Ed. Denoël, Coll: Le point de la Question. Paris, 1971.

(٣) ***Idem*** .

(4) Jean CAZENEUVE. – **La société de l'ubiquité:** Communication et diffusion. Ed. Denoël Gonthier. Paris ,1972.

(5) J. CLOUTIER. – ***Op. Cit.***

وقد أطلق جون كلوتييه على هذا العنصر، من؟، اسما مركبا تركيبا مزجيا من الكلمتين: (EMEtteur-RECepteur)، مرسل ومستقبل، في كلمة تمزج بينهما، هي "الإميريك" (EMEREC) الذي ننسبه هنا إلى جنسية صاحبه الكندي، عندما نتحدث عن الإميريك الكندي.



الإميريك
لدى كلوتييه

ويعبر كلوتييه، الزميل الكندي، بالعنصر إميريك عن وحدة أنثروبولوجية، هي الإنسان الاجتماعي (**L'homo-Communicacans**)، الذي هو في الوقت ذاته مرسل ومستقبل، نشط وخامل، إيجابي وسلبي، هو الإنسان الذي يتصل مع أمثاله ومع الآلات التي يصنعها ومع مجتمعه وبيئته، وبذلك يحمل القائم بالاتصال لدى كلوتييه هذه الثنائية المعروفة لدى علماء النفس، الإيجاب والسلب، "دكتور جيكل" و"مستر هايد"، وكذلك الازدواجية التي يتحدث عنها علماء الجنس الذين يشيرون إلى ازدواجية من نوع آخر تتعلق بالهرمونات، حيث في الإنسان هرمونات ذكورة وهرمونات أنوثة معا، والنسبة الغالبة من النوعين هي التي تحدد النوع الاجتماعي للشخص، ذكر هو أم أنثى.

ولماذا نذهب بعيدا؟ فالازدواجية في الإنسان جاء ذكرها في القرآن الكريم؛ فالحق سبحانه وتعالى يقول لنا: أعوذ بالله من الشيطان الرجيم ﴿ونفس وما سواها ، فألهمها فجورها وتقواها﴾(١) صدق الله العظيم. كذلك فإن هذا الإنسان المرسل/المستقبل، المتفاعل، يظهر بوضوح في كلمة تكررت مرتين في سورة العصر في قول الحق سبحانه وتعالى : أعوذ بالله من الشيطان الرجيم بسم الله الرحمن الرحيم ﴿والعصر، إن الإنسان لفي خسر، إلا الذين آمنوا وعملوا الصالحات وتواصوا بالحق وتواصوا بالصبر﴾، وهذا على سبيل المثال لا الحصر...

ثالثا ـ نماذج أخرى اهتمت بالاتصال الخطي

استمر الباحثون لفترة طويلة في استخدام النموذج الخطي لهارولد لازويل، مع إجراء بعض التعديلات ـ كما رأينا آنفا نماذج لها ـ ومن أهم هذه النماذج التي أخذت بالنموذج الخطي للاتصال، والتي تهمنا في مجال الاجتماع الإعلامي، النماذج التالية:

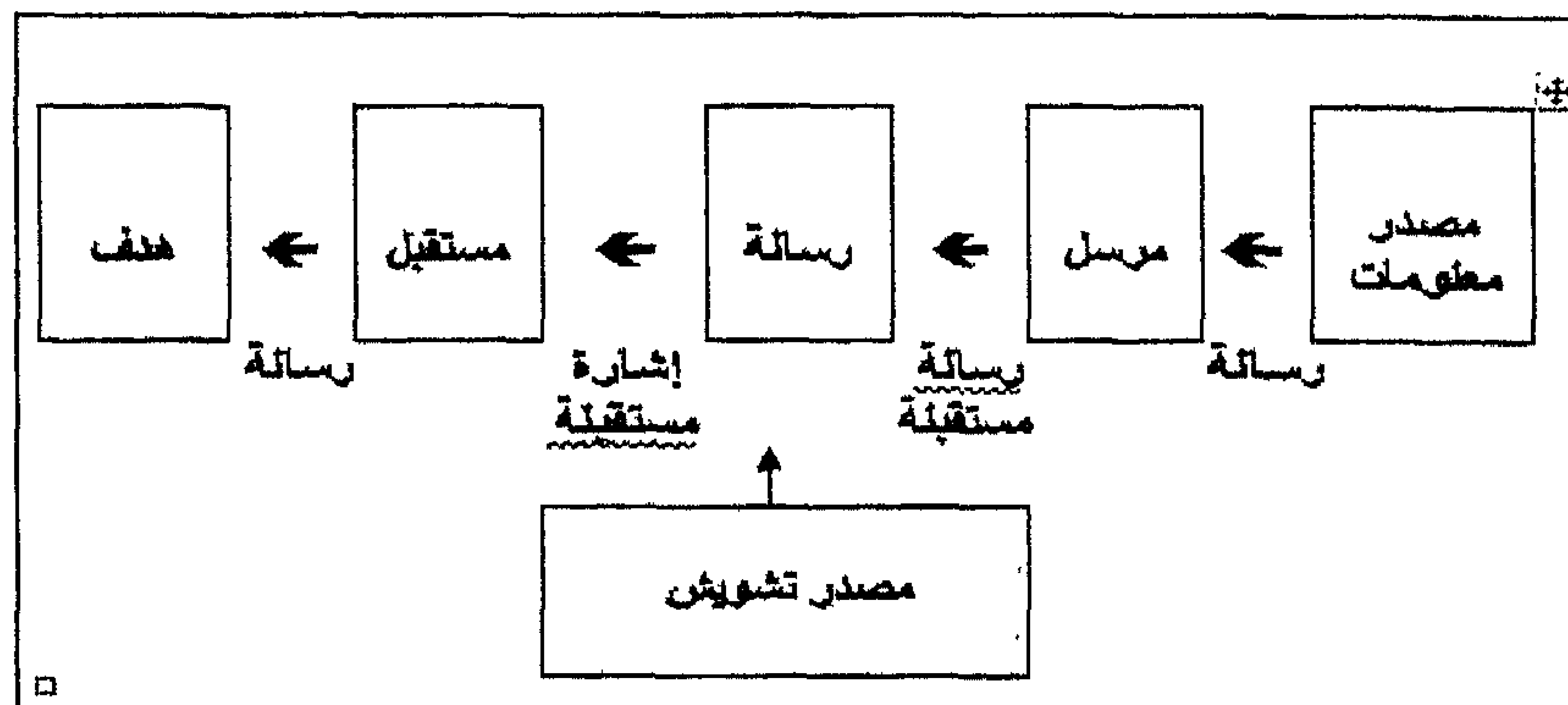
(أ) نموذج "شانون" و"ويفر" وعنصر "التشويش"

يعد نموذج "شانون" وزميله "ويفر" من أكثر النماذج الخطية المعروفة في تفسير عملية الاتصال. وقد استفاد الباحثان بما درساه عن التيار الكهربائي، وحاولا تطبيقه على وسائل

(١) الشمس: ٧ ـ ٨

الإعلام، باستخدام المصطلحات "السيبرناطيقية نفسها. وفيما يلي نموذج شانون وزميله ويفر الذي يوضح أهمية عنصر "التشويش" (Noise)[1].

النموذج الخطي لدى شانون و ويفر



ولتقريب مفهوم التشويش للقارئ، نعطي هنا مثالا لموضوع نشرته جريدة **الأهرام** في عددها الصادر يوم الاثنين الموافق ١٦ يناير ١٩٨٤م في باب "بريد الأهرام" تحت عنوان "قذائف كلامية"، والذي جاء فيه :

"تذكرون ولا شك ما كتب في بريد الأهرام تحت عنوان: يا ريس عوض، عن التداخل الذي يحدث بين لاسلكي محطة بولاق الدكرور[2] وموجات التليفزيون في المنطقة الواقعة بجوار المحطة. وأحب أن أضيف أننا قد تعودنا على هذا التداخل، كما تعودنا على ضوضاء الشارع. ولكن المزعج هو لغة الحديث المستخدمة والتي وصلت ذروتها ليلة الأحد ٨ يناير ١٩٨٤م، الساعة ١٢ مساء، عندما سمعنا كلاما نابيا، أخف ما قيل فيه هذه الجملة: أصل السواق بتاعه...، ولكم أسفي عن جرح مشاعركم، فما بالكم ونحن نسمع هذه الكلمات وسط أطفالنا وأسرنا؟ أد. أحمد يوسف، أستاذ مساعد بعلوم عين شمس". هذا وقد رد محرر الأهرام على هذه الرسالة بقوله: سبق أن ردت علينا أمانة اتحاد الإذاعة والتليفزيون بأنهم يعملون على منع هذا التداخل...، ويبدو أنه لم يحدث...، فلا أقل إذن من أن نطالب عمال محطة بولاق الدكرور بالتزام الأدب في أحاديثهم حتى لا يجرحون مشاعر الأسر المحيطة بهم إلى أن يتوقف التداخل!".

ولن نعلق هنا على محتوى الرسالة[3] أو محتوى الرد عليها، فكل ما يهمنا هنا هو هذا المثال الذي عاشه مشاهدو التليفزيون في منطقة استقبال معينة مع التشويش الهندسي، والذي

---

(١) Claude CHANNON & Warren WEAVER. – **The Mathematical Theory of Communication.** Urbana University of Lilinois Press, USA.1964.

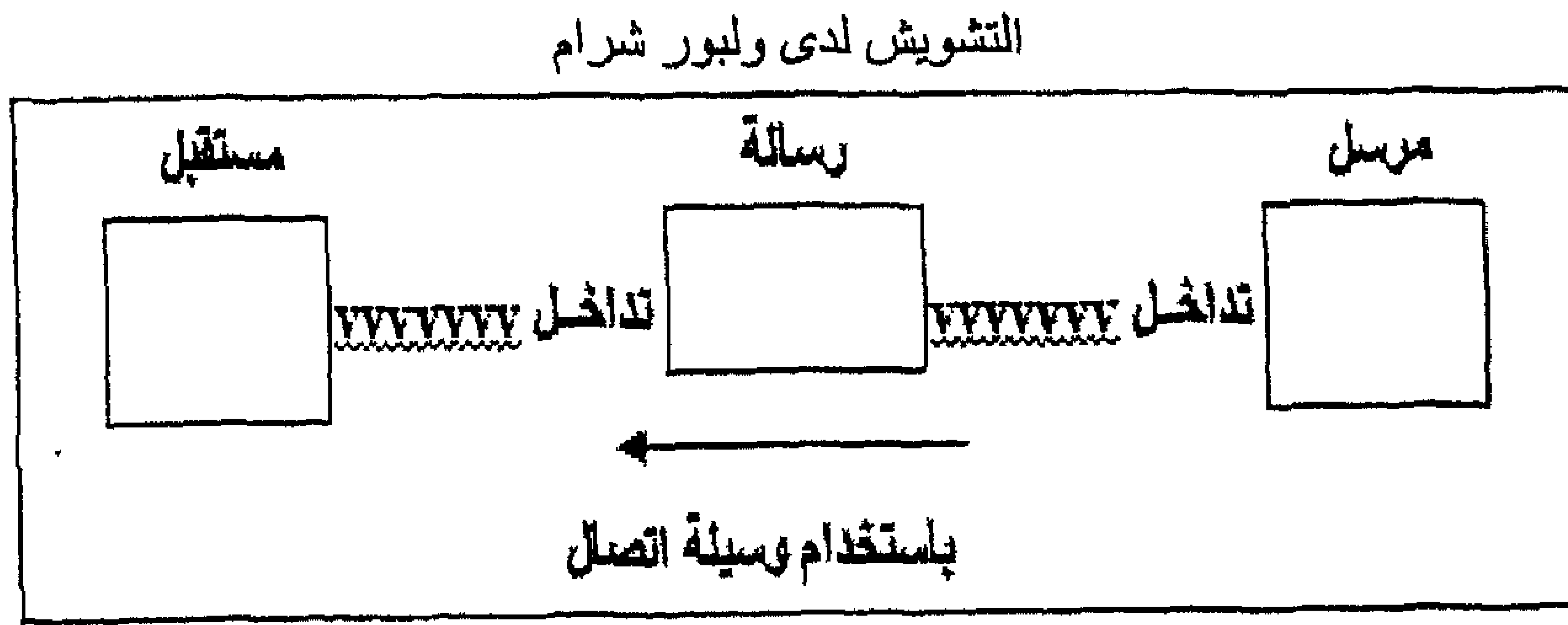
(٢) أحد أحياء محافظة الجيزة، وهو قريب جدا من جامعة القاهرة بعد كوبري ثروت.

(٣) فقد بدأت الأذن تتعود سماع أقذر سباب وألفاظ نابية على شاشة التليفزيون، خصوصا في الأفلام وبعض البرامج التي وصفوها بأنها "جريئة" في تليفزيون "جرئ"، وأعود بكم هنا إلى ما تم بثه في عدد من القنوات الفضائية في شهر رمضان ١٤٣٣هـ/ ٢٠١٢م.

يطلق عليه أيضا اسم "التشويش الفني"، أو "التشويش الطبيعي"، والذي يحدث هنا نتيجة لتداخل إرسال محطة "بولاق الدكرور" مع موجات البث التليفزيوني، ولعل بعض من يقرءون هذه السطور قد لمسوا وعايشوا صورا من هذا النوع من التشويش بالنسبة للإشارة التليفزيونية في أثناء تشغيل بعض الأجهزة الكهربائية في المنزل، أو حتى لدى الجيران، أو مرور سيارة بالقرب من المنزل، أو عند تشغيل جهاز راديو في المنزل أو في سيارة، والذي قد يتعرض أيضا لعملية "تداخل"(١) بين أكثر من محطة إذاعية، وكذلك يلمس القارئ هذا التداخل أحيانا بالنسبة للاتصال الهاتفي بالتليفون... مما يؤدي إلى عدم وضوح الرسالة.

(ب) التشويش لدى ولبور شرام

التشويش لدى ولبور شرام



اهتم ولبور شرام هو أيضا بعنصر التشويش في واحد من نماذجه الخاصة بدراسة الاتصال، واستخدم في ذلك مصطلحا من قاموس اللغة السيبرناطيقية وهو "التداخل" كما هو واضح في الشكل السابق.

(ت) مفهوم التشويش

في النماذج السابق عرضها، نرى الباحثين يهتمون بعنصر "التشويش"، أو بأسلوب آخر "الشوشرة"، وهو التداخل، تداخل عنصر من خارج العملية الاتصالية والذي من شأنه أن يؤدي إلى عدم وضوح الرسالة، بل وفقدانها في بعض الحالات.

ونحن نفرق هنا بين ثلاثة أنواع من التشويش سبق وتحدث آخرون عن اثنين منها، وأنواع التشويش الثلاثة هي:

١ ـ التشويش الهندسي
٢ ـ التشويش الدلالي
٣ ـ التشويش النفسي

---

(١) والذي تندر بها الفنان أحمد الحداد ـ رحمه الله ـ في برنامج إذاعي. وللاستزادة في موضوع "ظاهرة التداخل" هذه، ارجع إلى كتابنا: الإعلام الدولي عبر الأقمار الصناعية: دراسة لشبكات التليفزيون، دار الفكر العربي، طبعة ثانية، ١٩٨٧م.

١ ـ التشويش الهندسي "التداخل"

هذا النوع من التشويش غالبا ما يحدث على مستوى الوسيلة (Channel Noise)، والذي نلمسه على سبيل المثال في البث التليفزيوني عند عدم ضبط القناة التليفزيونية بدقة مما يسبب ظهور "صدى" للصورة، وعند عدم ضبط التردد أيضا، بل وعند انخفاض التيار الكهربائي عند استقبال البث التليفزيوني، كما يحدث هذا التشويش بالنسبة للصوت فيما يسمى بالخفوت أو التداخل(١)، بالنسبة للتليفزيون وكذلك بالنسبة للإذاعة المسموعة بالراديو عند عدم ضبط التردد جيدا، وعند الاتصال ببرنامج على الفضائيات مثلا والإبقاء على جهاز التليفزيون مفتوحا...

ونلمس هذا التشويش الطبيعي أيضا في الوسائل المطبوعة، وذلك عند استخدام حروف صغيرة يصعب قراءتها بالعين المجردة بالنسبة لبعض الأفراد، وحتى بالنسبة لمن يستخدمون عدسات لاصقة ، أو غير لاصقة في صورة نظارة طبية، خصوصا عندما تكون الكلمة المطبوعة أو الصورة المطبوعة "مهزوزة"...

ما سبق يشير إلى أن هذا النوع من التشويش قد يحدث عند أي مستوى من مستويات العملية الاتصالية، وبالنسبة لأي عنصر من العناصر الأساسية للاتصال. فقد يتسبب فيه القائم بالاتصال الذي قد ينشغل في أثناء إجراء عملية الاتصال بأمور خارجة عنها، وقد يحدث هذا التشويش في الرسالة عند استخدام حروف أو رسوم غير واضحة، وكذلك بالنسبة للوسيلة الإعلامية في شكل تداخل فيما يتعلق بالمادة المجاورة بالنسبة لبرامج الإذاعة والتليفزيون أو حتى في الصحافة المطبوعة. ويحدث هذا النوع من التشويش كذلك عند مستوى المستقبل عندما ينسى استخدام نظارة القراءة مثلا، أو عندما ينسى رفع صوت المذياع أو صوت جهاز التليفزيون، أو ينسى توصيل الجهاز بمصدر الكهرباء لتشغيل الجهاز...

وما من شك في أنه في جميع هذه الحالات، وما شابهها، يتسبب التشويش في عدم وصول الرسالة أحيانا، أو في وصولها غير نقية ، أو غير واضحة ، أو ناقصة...

٢ ـ التشويش الدلالي

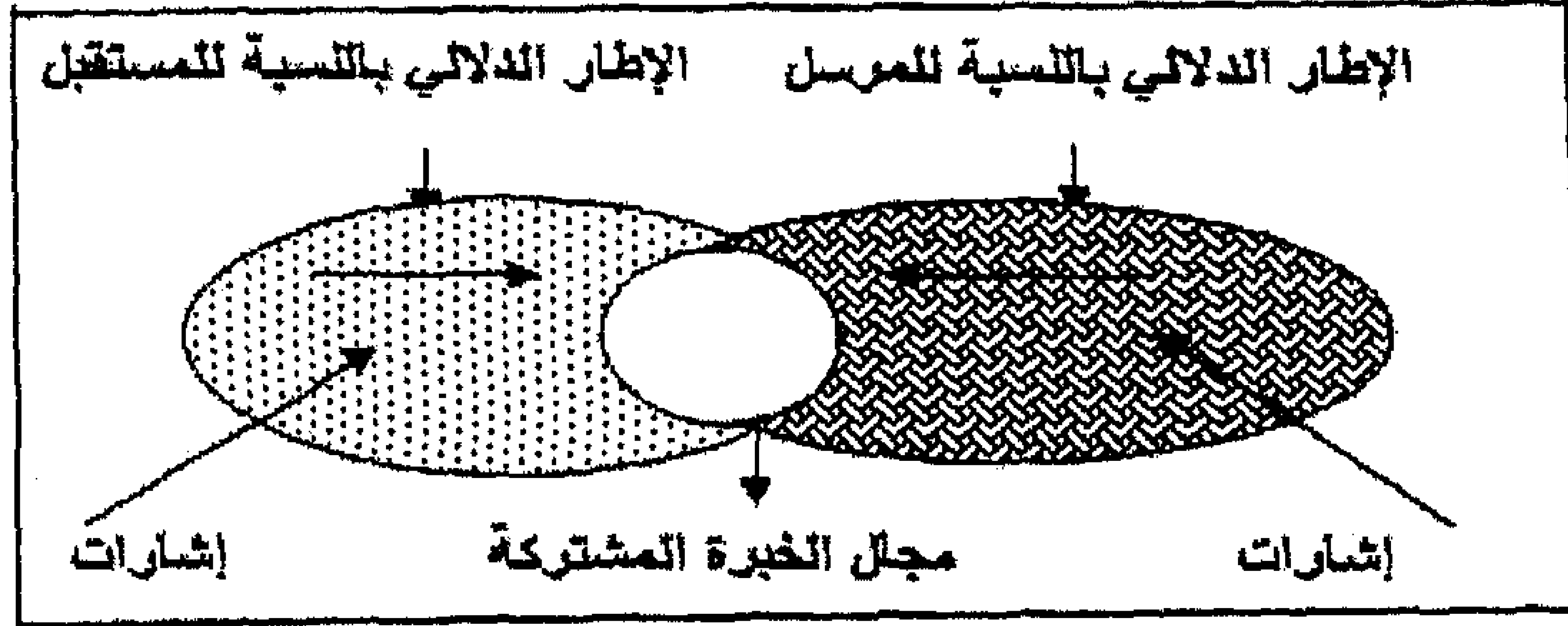
غالبا ما يحدث هذا النوع من التشويش، التشويش الدلالي (Semantic Noise)، نتيجة لعدم فهم الرسالة من قِبل المستقبل، المتلقي، حتى ولو تم نقل الرسالة بدقة فائقة؛ فقد يستخدم المرسل كلمات صعبة الفهم، أو جُملا شديدة التعقيد، أو لغة غريبة على المتلقي، أي أن القائم بالاتصال هنا يستخدم لغة تخرج عن خبرات المتلقي وقدراته، أو بالأسلوب الذي يستخدمه المتخصصون، تخرج هذه اللغة عن "الإطار الدلالي" (Frame of Reference) للمتلقي، أو بأسلوب آخر، استخدام لغة تخرج عن "مجال خبرة" المستقبل. وفي ذلك نقول نحن العرب: "خاطب الناس على قدر عقولهم"، أي يشترط لنجاح الاتصال أن تكون لغة المرسل متناغمة مع لغة المستقبل.

---

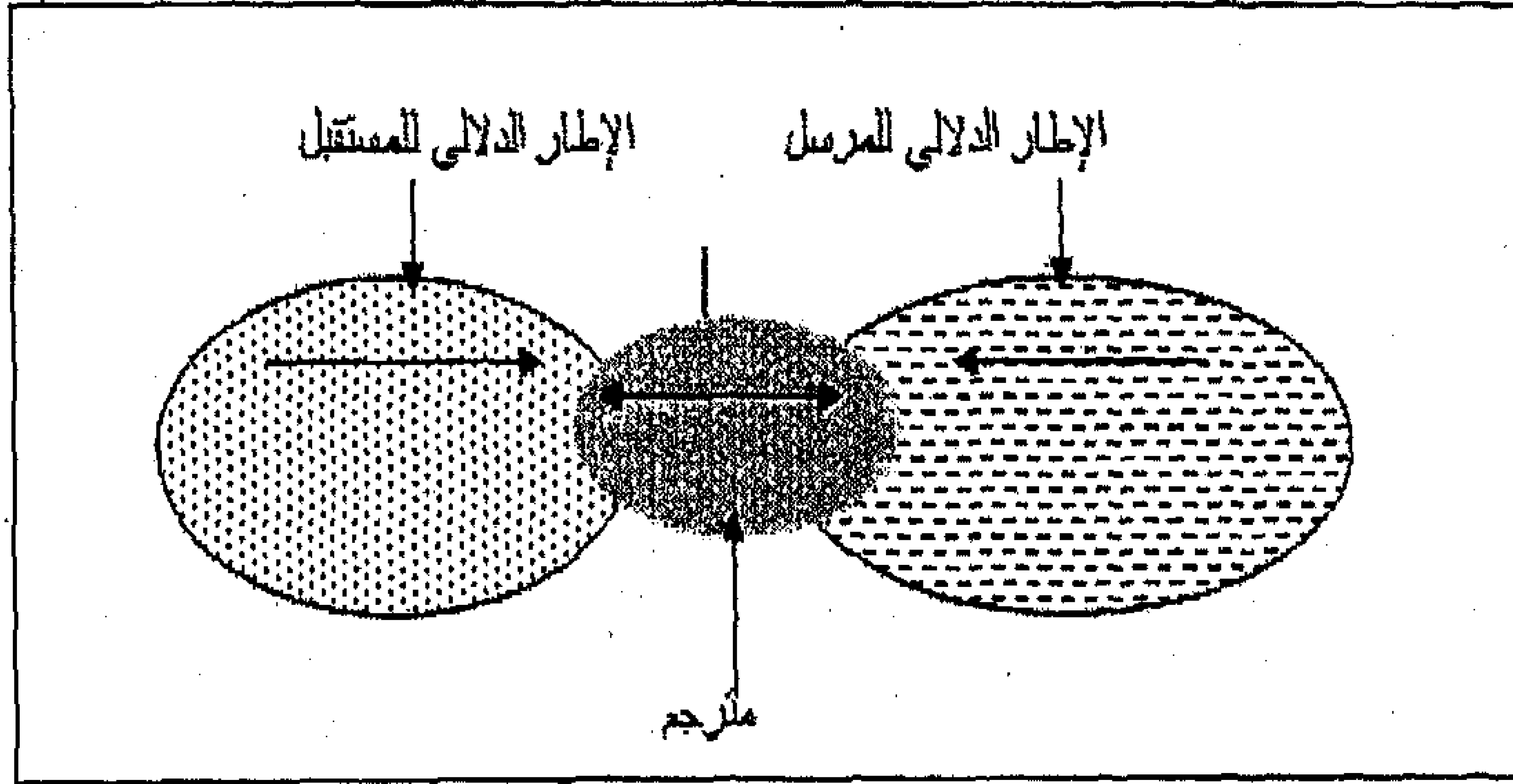
(١) للاستزادة في هذا الموضوع، ارجع إلى كتابنا: الإعلام الدولي عبر الأقمار الصناعية: دراسة لشبكات التليفزيون. مرجع سابق.

أ- مفهوم الخبرة المشتركة لدى "ويلبور شرام" (Wilbur SCHRAMM)

الإطار الدلالي ومجال الخبرة المشتركة



الخبرة المتباعدة في نموذج ولبور شرام والاستعانة بوسيط



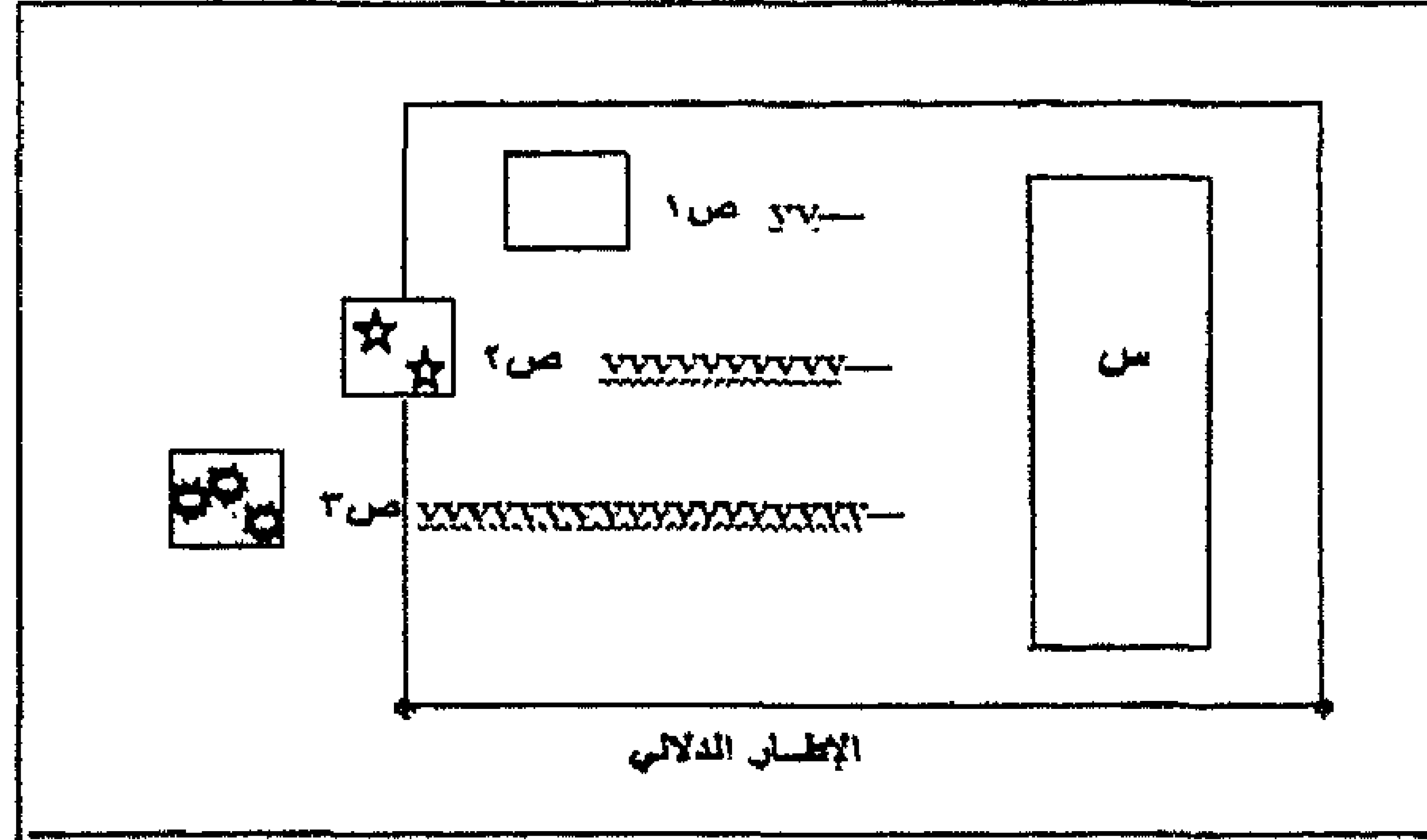
في النموذج الأول، يصور لنا "ولبور شرام" نموذجا للاتصال يأخذ بمفهوم "الخبرة المشتركة[١]، والتي تعتمد بالدرجة الأولى على الإطار الدلالي لكل من المرسل والمستقبل، والأرضية المشتركة بينهما، بحيث كلما اتسعت هذه الأرضية المشتركة زاد نجاح الاتصال.

وفي النموذج الثاني، يصور لنا ولبور شرام كيفية التخلص من الخبرة المتباعدة في عملية الاتصال الإنساني بالاستعانة بمترجم يشترك في جزء من خبراته مع خبرات المرسل، ويشترك مع المستقبل مع جزء آخر من خبراته على النحو المبين في الشكل السابق.

وفي الشكل التالي، يصور لنا "إدوين إميري" وزملاؤه في النموذج المطروح هنا - والذي يأخذ بمفهوم التشويش الدلالي - على أنه في حالة ما إذا كان "س" يحاول الاتصال بالمفردات "ص١" و"ص٢" و"ص٣".

(١) Wilbur SCHRAMM. – "How Communication Works". P. 16-28, *in* : Alan WELLS (Ed.). – **Mass Media and Society.** 3ed. Ed. Ca, Myfield Pub., 1979.

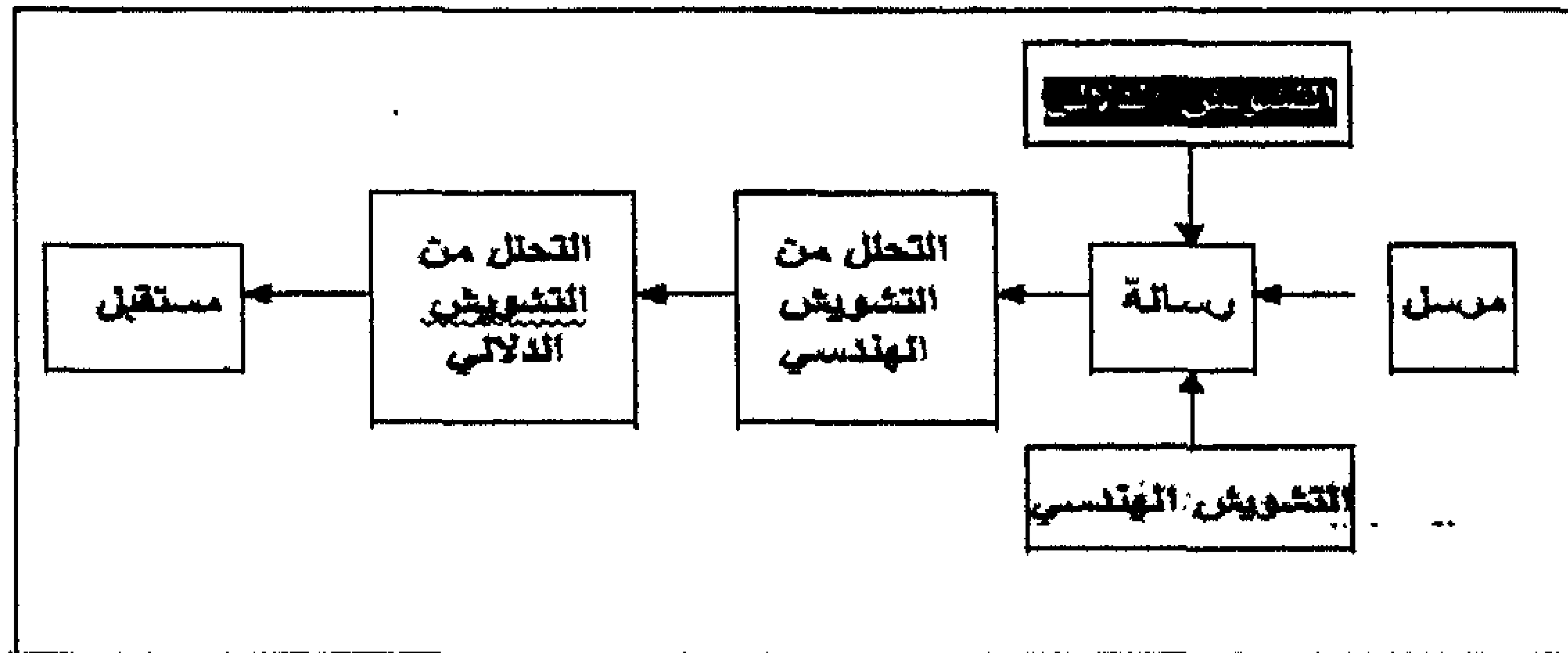
نموذج إدوين إميري (Edwin EMERY) والتشويش الدلالي



ويشير النموذج المطروح هنا إلى أن الرسالة التي يبعث بها "س" عندما تصل إلى "ص١" ستكون أكثر دقة منها بالنسبة للرسالة التي يمكن أن تصل للمتلقي "ص٢"، وذلك لأن "ص١" يدخل في مجال خبرة مشتركة مع خبرات المرسل الذي يرمز له في هذا الرسم بالرمز "س"، والذي يستخدم لغة المتلقي "ص١". بينما بالنسبة للمتلقي "ص٣"، والذي لا يشترك في الخبرة مع المرسل الذي هو "س" في هذه الحالة، فإن التشويش الدلالي يظهر هنا بوضوح أكثر مما يظهر لدى المتلقي "ص٢" الذي يتفق في هذا الرسم مع خبرات "س" ولكن إلى حد ما.

ب ـ التحلل من التشويش لدي " تشيز"

التشويش الهندسي والدلالي والتحلل منهما في نموذج تشيز



إلى جانب تبنيه لنموذج الاتصال الخطي الذي اقترحه شانون وويفر والذي يهتم بعنصر التشويش بوصفه أحد العوامل التي تؤثر في درجة نجاح الاتصال، أكد "ستيوارت تشيز" (Stuart CHASE)، على ضرورة الفصل بين التشويش الهندسي والتشويش الدلالي، وأشار إلى أهمية التخلص من هذين النوعين من التشويش و"التحلل" منهما قبل وصول الرسالة إلى المتلقي لضمان وصول الرسالة نقية. والإضافة التي قام بها "تشيز" في نموذجه هذا تتركز في الرسم رقم "٧" في هذين المربعين اللذين يقعان بين مربع الرسالة بعد أن تعرضت للتشويش الهندسي والتشويش الدلالي، وبين المستقبل. وفي الرسم يُطلق على أحد المربعين اسم التحلل من "التشويش الهندسي"، وهو لدى "تشيز" باسم "Mechanical Decoder"، وهو محاولة

المتلقي تخليص الرسالة وتنقيتها مما يشوبها من تشويش هندسي في أثناء عملية نقلها. أما المربع الآخر، والذي يسميه صاحب النموذج باسم "Semantic Decoder"، فهو "التحلل من التشويش الدلالي"، وهنا يحاول المتلقي أن يخلص الرسالة من أي تشويش دلالي قد يحدث لها. والشكل التالي يوضح نموذج تشيز للاتصال.

وإذا كنا قد ركزنا في تحليلنا هنا على دور المتلقي في التحلل والتخلص من التشويش، فإننا لا نقلل من الدور الذي يجب أن يقوم به المرسل، القائم بالاتصال، لكي يخفف بقدر الإمكان من تأثير أي نوع من التشويش في عملية الاتصال، وذلك يتطلب بطبيعة الحال معرفته الجيدة لخصائص المستقبل للرسالة، وعلى الإعداد الدقيق للرسالة من قبل المرسل.

٣ـ التشويش النفسي أو التداخل السيكولوجي[١] .

بالإضافة لهذين النوعين من التشويش، التشويش الهندسي والتشويش الدلالي، واللذين ركز عليهما أو على أحدهما باحثون في علوم الاتصال وطالبوا بضرورة التخلص منهما، أو الحد منهما، لكي نضمن درجة دقة عالية عند وصول الرسالة لإنجاح الاتصال، يمكننا أن نضيف نوعا ثالثا من التشويش من الصعب التحكم فيه ومن الصعب اكتشافه مبكرا والذي يمكننا أن نطلق عليه مصطلح "التشويش النفسي" (التشويش السيكولوجي).

وإذا كنا قد ذكرنا أن التشويش الهندسي، الفني، والتشويش الدلالي يحدثان في أثناء عملية نقل الرسالة واستقبالها، كما يمكن أن يحدث هذا التشويش في الرسالة نفسها، فإن التشويش النفسي(**Psychological Noise**)، التشويش السيكولوجي، يحدث في إطار القائم بالاتصال ، وبالنسبة لمتلقي الرسالة والذي هو الإنسان الاتصالي (**L'Homo-Communicans**) أي أن هذا التشويش قد يحدث قبل وضع الفكر في كود معين وعند صياغة الرسالة وفي أثناء إعدادها، وقد يحدث هذا التشويش النفسي عند استقبال الرسالة ومحاولة فك رموزها بل وبعد ذلك أيضا.

ويتمثل هذا التشويش السيكولوجي ـ من وجهة نظرنا ـ في العوامل النفسية ، أي في المناخ النفسي الذي يتم فيه وضع الفكر في كود، بل وأيضا في المناخ الذي يحدث فيه الاتصال، وكذلك المناخ الذي يتم فيه فك رموز الكود، بل ويستمر احتمال حدوث هذا التشويش النفسي إلى أن يتخذ المتلقي موقفا من الرسالة، سواء كان هذا الموقف موقفا إيجابيا أو موقفا سلبيا Agir (ou ne pas agir).

وبذلك يمكن أن يتحدد هذا النوع من التشويش، التشويش النفسي، في خصائص كل من المرسل والمتلقي وفي نوايا كل منهما إزاء بعضهما بعضا، وما يعرفه كل منهما بخصوص نوايا الآخر ...

وخطورة التشويش السيكولوجي لا ترجع فقط إلى أن الرسالة يمكن أن تفقد قدراً من دقتها، بل قد يؤدي هذا النوع من التشويش إلى تحريف في مضمون الرسالة مهما بلغت دقتها، ومهما نجح القائم بالاتصال، المرسل، في السيطرة على كل من التشويش الهندسي والتشويش الدلالي

---

(١) يفضل بعض الزملاء استخدام كلمة "بسيكولوجي"

بالنسبة له، هذا إذا افترضنا جدلا أن التشويش السيكولوجي لم يتسبب أصلا، ومن البداية، في عدم وصول الرسالة إلى المتلقي، أو في وصولها محرفة كما حدث مثلا بالنسبة للفيلم الأمريكي "اليوم التالي" (The Day After) والذي عشنا معه التشويش السيكولوجي، وذلك بعد أن عرضته الشبكة الأمريكية "إيه بي سي" (ABC) في الولايات المتحدة الأمريكية.

فقد أثار عرض هذا الفيلم موجة من الفزع لا مثيل لها وخاصة في أمريكا (وفقا لما تقوله وسائل الإعلام)، ولم نسمع من قبل عن فيلم تليفزيوني أو سينمائي أثار الذعر والفزع وتسبب في إشاعة جو من عدم الطمأنينة، بل وفقدان الثقة في المسؤولين مثلما سمعنا عن آثار هذا الفيلم، وإن كنا قد سمعنا عن آثار برنامج إذاعي بُث في أمريكا قبل عرض هذا الفيلم بسنوات وكانت له آثار عديدة في المجتمع الأمريكي، ونقصد هنا برنامج "غزو من المريخ"(Invasion from Mars).

وبالرغم من أن شاشات التليفزيون والسينما العالمية قد سبق لها وعرضت أهوال الحرب النووية، فإننا لم نسمع عن احتجاجات ضد سياسة أي حكومة تكون قد تورطت بالفعل في هذه الحرب، أو احتمال تورطها في حرب نووية. وقد عشنا فعلا أحداث إلقاء قنبلة ذرية عام ١٩٤٥م على هيروشيما ونجازاكي، والتي تثار ذكراها سنويا في وسائل الإعلام في دول أوربية (في فرنسا على الأقل كما شاهدنا) ، إلا أن هذه الحرب "الإقليمية" ـ بالرغم مما في هذه الكلمة من قصور في التعبير ـ ليس لها التأثير القوي خصوصا على الشعب الأمريكي مثلما حدث من تأثير عند عرض فيلم "اليوم التالي"(١) في الولايات المتحدة الأمريكية.

ويمكننا هنا إرجاع قوة تأثير فيلم اليوم التالي إلى عدة عوامل اجتماعية وسياسية، ومنها عوامل تدخل تحت ما أطلقنا عليه اسم "التشويش السيكولوجي". ويتمثل التشويش السيكولوجي في هذه الحالة في مدى اقتناع المشاهدين للفيلم بإمكان قيام حرب نووية شاملة(٢)، ويرجع ذلك إلى عدة عوامل من أهمها ما يلي:

- ارتفعت إلى أقصى درجة حرارة الحرب الباردة بين الولايات المتحدة الأمريكية وبين الاتحاد السوفييتي (قبل تفكك هذا الأخير)، وذلك في الفترة التي سبقت عرض الفيلم.

- انهارت محادثات الحد من التسليح النووي، وزاد التحذير لكي يتمالك الجميع أعصابهم.

- اشتعلت الحروب الإقليمية في مناطق متفرقة من العالم، وزادت حدة التوتر.

- عملية إطلاق صاروخ يحمل في مقدمته قنبلة ذرية، أو قنبلة "نيوترون" احتمال قائم في أي لحظة، ويتوقف هذا على إشارة بسيطة قد تحدث بطريق الخطأ وسوء التقدير ـ وقد حدث هذا الخطأ عدة مرات ـ فكم من مرة أعطى فيها جهاز الإنذار المبكر في

---

(١) انظر ملحق قصة فيلم "اليوم التالي".

(٢) مع الفارق في التشبيه ، نشير هنا إلى اتخاذ الولايات المتحدة إجراءات مشددة بعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر ٢٠٠١م لمنع عرض أي مواد تتسم بالعنف سواء في قاعات السينما أو على شاشات التليفزيون.

الولايات المتحدة الأمريكية تحذيرا كاذبا لهجوم نووي، وكم من مرة استمر هذا التحذير فترة كافية لأن يوضع الجيش الأمريكي على أهبة الاستعداد، لولا تدارك الموقف في اللحظات الأخيرة.

إذن فالمناخ في الولايات المتحدة الأمريكية كان مهيأ تماما لتصديق احتمال وقوع مثل هذه الحرب، لدى بعض الأفراد على الأقل[١]، وما أكثرهم في أمريكا، وهم الذين تأثروا تماما بأحداث الفيلم الذي لا يخرج عن كونه نوعا من الخيال العلمي، ولم يُقصد به إثارة الفزع والاضطراب، أي أن هناك تحريفا قد حدث في الرسالة عند مستوى "فك الكود" بالنسبة لبعض الأفراد. وقد ترتب على سوء الفهم هذا أن اتخذ هؤلاء موقفا "غير مرغوب" فيه لم يقصده القائم بالاتصال[٢] ـ على الأقل من وجهة نظرنا الخاصة ـ وهذا يؤكد ما سبق أن أشار إليه "تشارلز رايت" (C. WRIGHT) عندما تحدث عن وظائف الاتصال[٣].

فإلى جانب المهام (Functions)، أو الوظائف، التي يسعى رجل الإعلام إلى تحقيقها، يؤكد "رايت" أن هناك نتائج قد تحدث دون أن يهدف إليها القائم بالاتصال، وظائف غير مقصودة (Dysfunction) لعملية الاتصال، وغالبا ما تكون هذه الوظائف غير المقصودة وظائف غير مرغوب فيها.

تأصيلا على ما سبق، يمكننا أن نميز ونفصل بين نتائج النشاط الإعلامي وبين أهدافه؛ فإنه ليس من الضروري أن تتفق النتائج والأهداف. بل إن "مرتون" (MERTON) يؤكد أن النتائج كثيرا ما تختلف مع الهدف الرئيسي من الاتصال[٤]، والسبب في ذلك يرجع إلى عدة عوامل أهمها ما أطلقنا عليه اسم "التشويش السيكولوجي"، والذي يجب ألا يتجاهله القائم بالاتصال وأن يحترس منه.

ويرى "دافيد برلو"[٥] ـ ونتفق معه ـ أنه توجد علاقة عكسية بين التشويش ودقة النقل العالية للرسالة؛ أي أنه كلما زاد التشويش فإن ذلك يؤثر بالسالب في دقة الرسالة، وكلما تخلصنا من التشويش زادت دقة الرسالة.

---

(١) نشرت جريدة **الأهرام** في عدد لها صدر يوم ٢١ يناير عام ١٩٨٥م أن عالما بريطانيا قد أقام دعوى قضائية ضد وزارة الدفاع الأمريكية تقوم على مخاوفه من أن يؤدي الاعتماد على العقول الإليكترونية إلى اندلاع الحرب النووية بالصدفة.

(٢) بالنسبة للوظائف غير المرغوب فيها لوسائل الإعلام، راجع أيضا كتابنا: **صوت العرب بين الأمس واليوم** (دار الثقافة العربية ١٩٨٩م).

(٣) Charles WRIGHT. – "Functional Analysis in Mass Communi- cation"P. 605-620, *in*: **Public Opinion Quarterly** . Vol. 24 ,1960

(٤) Robert MERTON. – " Patterns of Influence: A Study of Inter- personal Influence and Communications Behavior in Local Community". *in*: Paul LAZARSFELD and STATON (ed.). – **Communication Research**: 1946-1949. Harper, New York, 1949.

(٥) David BERLO . – **The Process of Communication:** An Introduction to Theory and Practice . Ed. Holt , Rinhart & Winston, New York, 1963.

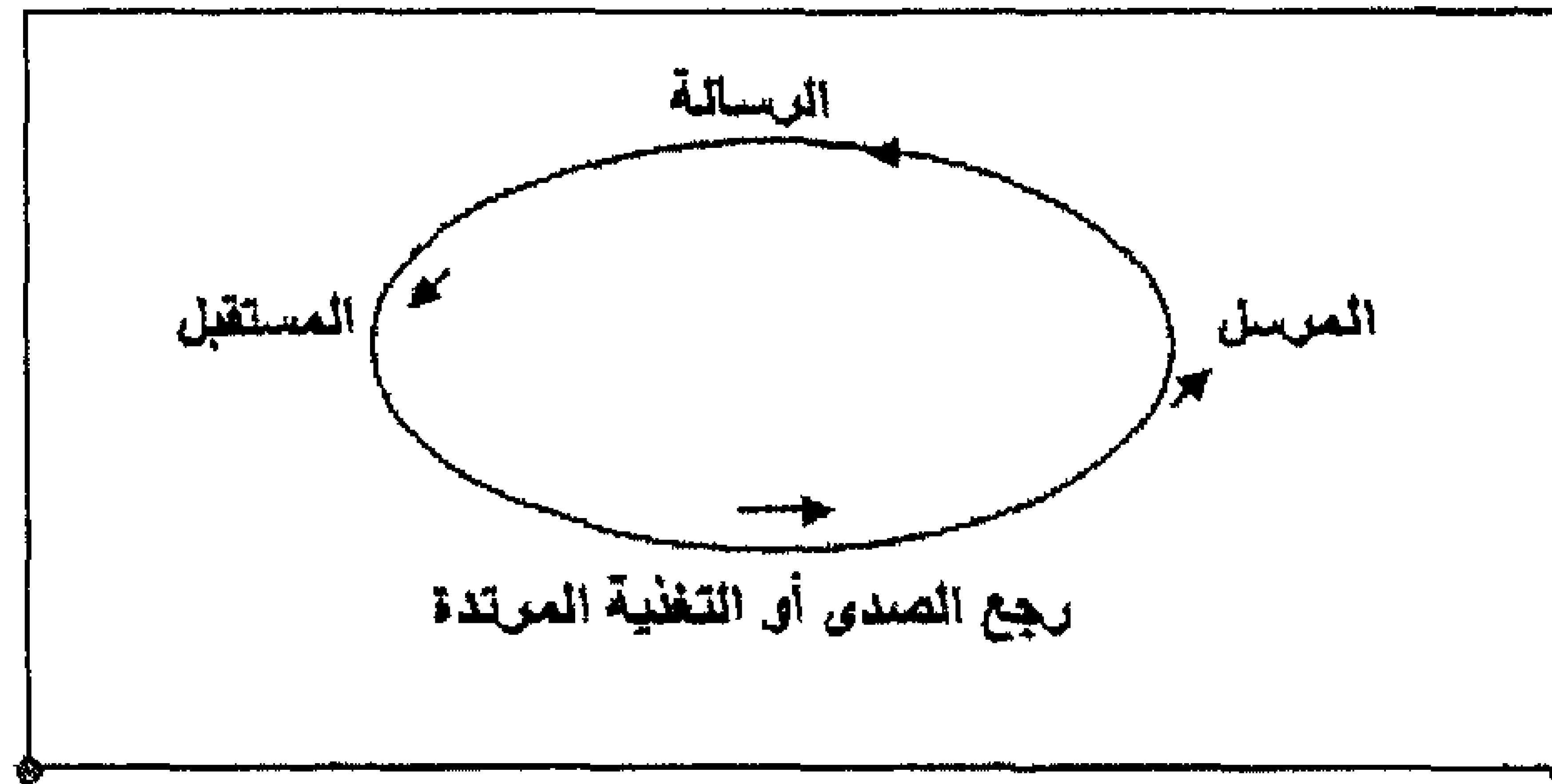
والمثال الذي سبق ذكره عن تأثير عرض فيلم "اليوم التالي" على شاشة التليفزيون الأمريكي يلفت أنظارنا إلى ضرورة أن نأخذ في الاعتبار، ليس فقط التشويش الهندسي، ولكن أيضا كل الجوانب التي تتعلق بكل من القائم بالاتصال والمتلقي، بل وفي الرسالة نفسها، هذا إلى جانب العوامل الخاصة بالوسيلة، في حالة ما إذا كنا نهتم بتحري الدقة في العملية الاتصالية.

ويمكن الارتفاع بمستوى الدقة في العملية الاتصالية ـ كما سبق لنا القول ـ إذا استخدم القائم بالاتصال، المرسل، "لغة" مشتركة ومتناغمة مع المتلقي المستقبل للرسالة ، شريطة أن يأخذ القائم بالاتصال في اعتباره نوايا المتلقي وما يتصوره بخصوص معرفة هذا المتلقي عن نوايا القائم بالاتصال، وهذا ما سوف نتناوله بشيء من التفصيل فيما بعد عند الحديث عن نظرية "التل الجليدي".

ومن الوسائل التي يمكن التغلب بها أيضا على التشويش، نؤكد هنا على عملية التكرار (Redendance)، والتي نوصي باستخدامها لكي نضمن وصول الرسالة في درجة عالية من الصحة والدقة، على أن نستخدم هذا التكرار بحذر شديد وبذكاء خاصة في المجالات الإعلامية، بل، وفي مجال التعليم أيضا، وذلك حتى لا يمل المتلقي وينفر من الرسالة المراد تبليغها. فقد صرحت إحدى السيدات في بحث سابق ركزنا فيه على دراسة حالة[١]، بأن تكرار الدعوة لتنظيم الأسرة بهذه الصورة التي تعتمد عليها وسائل الإعلام في مصر قد يكون هو السبب في فشل هذه الحملة بالنسبة لبعض المستهدفين منها، وهو فرض لا ينبغي علينا تجاهله دون دراسة معملية متعمقة.

رابعا ـ الاتصال الدائري ومفهوم رجع الصدى

الاتصال الدائري ورجع الصدى



بعد أن كانت الفكرة الأولى السائدة هي أن الاتصال يتم خطيا في شكل قطار من المرسل إلى المستقبل، كما كان عليه الحال في عهد أرسطو الذي قال إن الاتصال يتكون من ثلاثة

(١) Enshirah El SHAL. – " la responsabilité social de la télévision dans un pays en développement: L'Egypte. **Thèse de Doctorat d'Etat.** Université de Bordeaux II. France 1983.

عناصر اساسية هى الخطيب والخطبة والجمهور كما ذكرنا قبلا، أصبح الاتصال دائريا ومنصلا...

ويصور لنا الشكل السابق نموذج الاتصال الدائري (Circulaire)، حيث "رجع الصدى" (Feedback)، أو ما يمكن أن يسمى بالتغذية المرتدة، أو التفاعل[1]، الذي يأخذ مكانا مهما في عملية الاتصال.

وكما هو واضح من المصطلحات السابق ذكرها عاليه ، استمر استخدام الباحثين في الميادين الإعلامية لهذه اللغة "السيبرناطيقية" (Cybernatique)[2] التي استعاروا منها كثيرا من المصطلحات مثل: الشوشرة والموجة ورجع الصدى... وذلك عند شرح عملية الاتصال، ولتفسير سلوك كل من المرسل والمستقبل.

وتجدر الإشارة هنا إلى أن استخدام مصطلحات أحد العلوم في علم أحدث منه ليس جديدا على الفكر الإنساني، فقد استخدم إميل دوركايم مثلا في كتاباته كثيرا من مصطلحات "الفسيولوجيا" و"البيولوجيا"، مثل "الجسم الاجتماعي" و"المخ الاجتماعي" و"البروتوبلازم" الاجتماعي، بل وأيضا "الجهاز الشوكي للكائن العضوي الاجتماعي"، وذلك عندما يتكلم دوركايم عن البناء والوظيفية في العلوم الاجتماعية[3].

- مفهوم رجع الصدى

يقوم رجع الصدى بدور مهم في عملية الاتصال، والذي يظهر بوضوح بين عاملين على جهاز التلغراف؛ فعن طريق رجع الصدى، يمكننا معرفة "دائرة الاتصال" أو ما قد يصيبها من أعطال. وعن طريق هذه التغذية المرتدة، نستطيع أيضا أن نعرف درجة فهم المستقبل للرسالة ومدى استجابته لها. وعلى ضوء معرفة القائم بالاتصال لاستجابة المتلقي، أو عدم استجابته للرسالة، يستطيع القائم بالاتصال أن يعدل في رسالته، أو يقوم على الأقل بتكرارها...، ونترك للقارئ أن يفكر هنا في عملية الاتصال التعليمي بين المدرس وتلاميذه بوصف هذه العملية نوعا من الاتصال الدائري، مع شيء من التحفظ من جانبنا.

خامسا - الاتصال الاحتمالي لدى "تشايفر"

في النموذج الذي طرحه بيير تشايفر للاتصال، لا تأخذ عملية الاتصال دائما الشكل الدائري السابق الحديث عنه، ولا طبعا الشكل الخطي الذي تعرفنا عليه من قبل. ففي عام ١٩٧٢م اقترح "بيير تشايفر" (Pierre SCHAEFFER) هذا النموذج للاتصال الذي يأخذ في الاعتبار المناخ الاجتماعي الذي تتم فيه العملية الاتصالية[4]. ووفقا لهذا النموذج، يرى تشايفر أن

---

(١) محمود عودة. - **أساليب الاتصال والتغير الاجتماعي:** دراسة ميدانية في قرية مصرية. القاهرة، دار المعارف، ١٩٧١م.

(٢) محمد مصطفى الفولي. - **السيبرنية في الإنسان والمجتمع والتكنولوجيا**. الهيئة المصرية العامة للتاليف والنشر. المكتبة الثقافية، العدد ٢٧٥، القاهرة، ١٩٧١م.

(٣) E. DURKHEIM . – ***Op. Cit.***

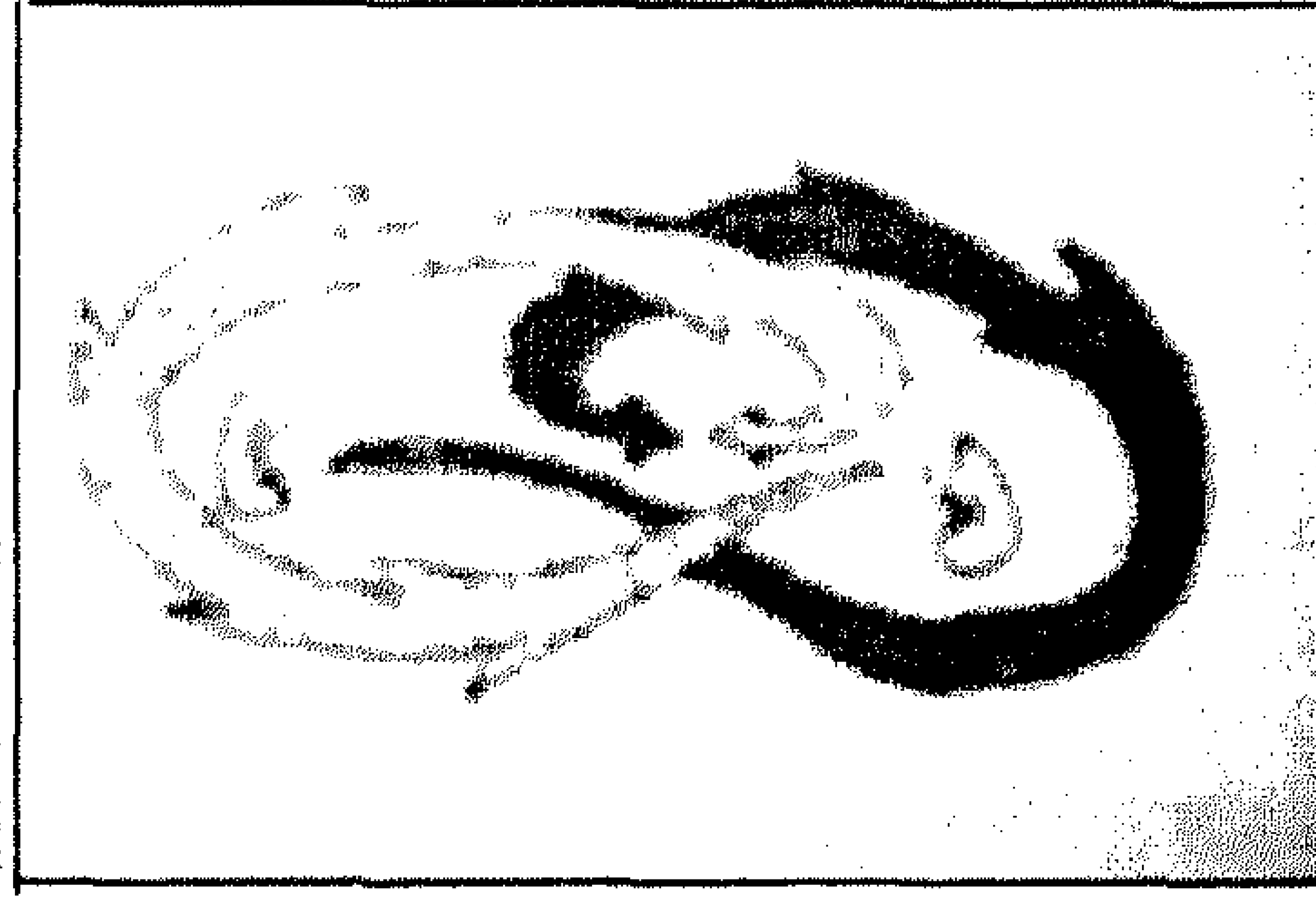
(٤) Pierre SCHAEFFER . – **Machine à communiquer** . Vol. 2 : Pouvoir et

الاتصال الإنساني يصبح احتماليا، مادام يحدث بين أفراد من المجتمع البشري يتميزون بعنصر المبادرة والمصالح والرغبات والمخاوف، ويخضعون لظروف عديدة ومتنوعة...، أي أن تشايفر يأخذ في الحسبان العوامل النفسية والاجتماعية والأيديولوجية التي يتم في إطارها الاتصال، مما يشير إلى أن هناك دائما أشياء تحدث بين كل من المرسل والمستقبل، وقد يكون هذا أيضا هو السبب الذي يرفض من أجله تشايفر إمكان قيام اتصال خطي في قطار من ثلاث عربات:

مرسل ← رسالة ← مستقبل، تقطرهم "وسيلة اتصال"

أما الاتصال الدائري الذي ركز على مفهوم رجع الصدى، فإن هذا النوع من الاتصال لا يحدث ـ كما يقول تشايفر ـ إلا بين مرسل ومستقبل كل منهما يستعين بجهاز تلغراف. ويضيف تشايفر أيضا في هذا الخصوص، أن المرسل والمستقبل في هذه الحالة قد قبض كل منهما الثمن لكي يتفاهما ولكي تصل الرسالة بدقة، ويصور نموذجه على النحو الموضح في الشكل التالي:

الاتصال الاحتمالي



سادسا ـ نظرية التل الجليدي في الاتصال الشخصي

هذه النظرية، والتي تعد من أحدث النظريات في الاتصال، تأخذ في الاعتبار الاتصال الشخصي الذاتي والاتصال بالآخرين. وتصور لنا نظرية التل الجليدي عملية الاتصال بين اثنين من بني البشر، أي بين اثنين من الإميريك، يحاول كل واحد منهما أن يقوم بدور إيجابي في العملية الاتصالية، وكأنهما تلان من الجليد، جبلان من الجليد، "أيسبرج" (Icebergs)، في وسط المحيط المتجمد كما هو موضح في الشكل رقم "١١"، والذي يصور خط سير الرسالة والمناطق المختلفة التي تمر بها هذه الرسالة في أثناء عملية الاتصال بين الأفراد، والذي يحدث بصفة خاصة بين كتلتين أيسبرج، وهو ما يطلق عليه اسم "الاتصال الشخصي" (Interpersonal Communication)

وهذا المنظور للعملية الاتصالية، نلاحظ أن كلا من طرفي الاتصال ما هو إلا كتلة جليدية، أو تل جليدي، أو جبل جليدي، يحاول أن يقترب للالتحام بالطرف الآخر، والذي هو أيضا تل

---

communication . Ed. Du Seuil , Paris ,1972 .

جليدي، ولا يبدو من كل منهما سوى جزء طفيف لا يتجاوز ٨/١ من حجمه، وهذا هو أهم ما يعنينا من خصائص الأيسبرج، خصوصا ونحن نتحدث عن عملية الاتصال، حيث إن الجزء المغمور تحت سطح الماء من هذا التل الجليدي، والذي يزيد حجمه عن سبعة أثمان (٨/٧) حجم الكتلة، لا يبدو منها فوق سطح الماء سوى جزء ضئيل لا يتجاوز حجمه ثُمن (٨/١) حجم الكتلة.

هذا الجزء الضئيل المرئي من التل الجليدي، هو الذي يمكن متابعته في العملية الاتصالية من مراقب خارجي، ومن ثم يمكن التنبؤ بما يمكن أن يحدث فيه ومنه نتيجة للاتصال. أما ما خفي تحت الماء من هذا التل فهو الجزء الأكبر من هذه العملية الاتصالية، والذي يصل حجمه إلى ٨/٧ من مكوناتها. هذا الجزء الضخم من التل الجليدي، والذي لا نراه بالعين المجردة لأنه يختفي في الأعماق، هو أهم جزء يجب أن نتنبه إليه وأن نهتم به عند دراسة الاتصال الشخصي، سواء من حيث نسبته للعملية الاتصالية كلها مقارنة بما يمكن مشاهدته ومتابعته، أو من حيث ما يحدث في هذا الجزء المغمور وغير المرئي من عمليات معقدة ومتعددة وخفية...

فإلى جانب ما يمكن أن نلمسه في العملية الاتصالية ، وما نراه يحدث بين القائم بالاتصال وبين المتلقي والذي لا يزيد عن ٨/١ من العملية الاتصالية، تجري أحداث وعمليات خفية، تحت سطح الماء، سواء قبل الإعداد للرسالة، أو في أثناء نقلها ، أو حتى بعد وصولها إلى المتلقي...

وانطلاقا من هذا الفهم ، يمكننا الآن أن نحدد الطريق الذي تسلكه الرسالة، لكي نتعرف على بعض المعوقات التي يمكن أن تعترض العملية الاتصالية، وذلك من خلال التعرف على ما يحدث من تفاعلات تتم في هذا الجزء غير المرئي منها.

(أ) الطريق الذي تسلكه الرسالة في المنطقة المغمورة الخفية " في الأعماق "

تحتوي هذه المنطقة على ثلاث مناطق هي:

١- منطقة الغرائز أو اللاشعور وعدم الإدراك،
٢- منطقة الصور،
٣- منطقة الشعور والوعي والإدراك، وهي منطقة وضع الفكر في كود.

١ - منطقة الغرائز

ترتبط منطقة الغرائز باللاشعور، باللاوعي، بعدم الإدراك، أي أنها تخرج عن إرادة الإنسان، ومن ثم يصعب التحكم فيها، ومن هذه المنطقة يبدأ الاتصال أو لا يبدأ.

ففي داخل كل فرد منا تكمن رغبات وغرائز متضادة لاشعورية، ومن هذه الغرائز اللاشعورية التي تهمنا في علوم الاتصال، نجد داخل كل منا حالتين متضادتين: الخوف من الاتصال والرغبة فيه. وهاتان الحالتان تنبعان من الحاجة إلى إقامة علاقات اجتماعية والتخوف من مغبة هذا الأمر، من الرغبة في الأتصال والقلق من مواجهة الآخر، من رغبة الفرد في أن يعرفه الآخر وخشيته في الوقت ذاته من أن يكشف عن نفسه، من أن يتعرى،

فيتمكن منه الطرف الآخر. وتتواكب هاتان الرغبتان وتتصارعان وتتطاحنان حتى تتغلب إحداهما على الأخرى في لحظة ما، وتحت ظروف معينة، أهمها خصائص كل من القائم بالاتصال والمتلقي، والتفاعل الذي يتم بينهما في وقت محدد، ومناخ خاص تتم فيه العملية الاتصالية...

٢ - منطقة الصور : صورة الذات الإنسانية

وهي أهم منطقة بالنسبة للعملية الاتصالية وأخطرها، حيث تتحدد في هذه المنطقة، بشكل أو بآخر، درجة التشويش الذي يحدث في الرسالة، فمنها تخرج الرسالة إلى الطرف الآخر. وتتعدد صورة الذات الإنسانية في هذه المنطقة على النحو التالي:

أ - **الصورة التي يكونها الإنسان لنفسه**، وهذه الصورة مزدوجة التكوين:

- **صورة حقيقية**، وهي ما يعيشه الفرد فعلا، وما يراه، وما يشعر به، فقد يشعر الإنسان في لحظة ما أنه خجول مثلا، أو مظلوم...
- **صورة مثالية**، وهي الصورة التي يتمنى الفرد أن يكون عليها أو أن يصل إليها، أن يكون مثلا أكثر حيوية، أو أكثر نحافة، أو أكثر اتزانا...

ب - **الصورة التي يرغب أن يعرفها عنه الطرف الآخر**، وهنا يجب ألا نخلط، حيث إن هذه الصورة تحمل دائما قيمة ما؛ فالفرد يريد دائما أن يعطي "أفضل" ما عنده، و"أكثر" ما لديه، أي أنه يتمنى أن يظهر مثلا "الجانب الطيب" منه. إلا أنه في حالة ما إذا كان الفرد "ماسوشيا"، فإنه سوف يبدي "أكثر" درجات عجزه وقصوره، وحتى سقوطه، سواء كان ذلك حقيقة أو افتراضا.

ت - **الصورة التي يعتقد أن الطرف الآخر في العملية الاتصالية يعرفها عنه**، وهذه الصورة التي يعتقد القائم بالاتصال أن الطرف الآخر قد كونها عنه، قد تكون صورة غير حقيقية، بل ضربا من الأوهام لديه؛ أي أنها قد تكون بعيدة تماما عن الواقع الفعلي لصورة القائم بالاتصال لدى المتلقي. هذه الصورة، والتي يعتقد المرسل أن المتلقي كونها عنه، تؤثر هي أيضا في الرسالة التي يريد أن ينقلها القائم بالاتصال إلى الطرف الآخر.

فكثيرا ما نسمع شخصا يقول: "فلان يعتقد أنني... ، حسنا ، فسوف يرى ... ". ما سوف يراه الآخر، المتلقي، كرد فعل للصورة التي يعتقد القائم بالاتصال أن المتلقي يعرفها عنه (والتي هي غير حقيقية أحيانا)، رد الفعل هذا، قد يدعم هذه الصورة وقد يهدمها؛ فقد يتصور المتحدث مثلا أن المستمع يعتقد أنه خجول، مما يجعل المتحدث ينمحي تماما أمام الطرف الآخر، أو العكس، قد يتحدث ويتحدث إلى درجة عدم ترك أية فرصة لسماع وجهة نظر الطرف الآخر في العملية الاتصالية...

وهكذا، فإن الفرد الذي يعتقد أن الآخر يظنه طيبا، قد يتمادى في طيبته لدرجة قد تصل إلى حد البلاهة. وقد يقال عن فرد ما إنه " ليس طيبا بل عبيطا "، وعلى العكس من ذلك، فقد يصدم هذا الإنسان الطيب الآخرين لتغيير هذه الصورة التي يتصور وجودها بالنسبة له لدى الآخر، وينطبق على هذا المثل القول الشائع "حسبناه موسى طلع فرعون"، وذلك في حالة ما إذا كانت الصورة التي اعتقد المتحدث في هذه الحالة أنها له لدى المتلقي موجودة فعلا وليست وهما، وهذا يدعم ما سبق وذكرناه بخصوص الازدواجية لدى الإنسان.

ث ـ **الصورة التي يكونها القائم بالاتصال للمتلقي**، فبالإضافة إلى كيان أو صورة القائم بالاتصال عن نفسه، والصورة التي يعتقد أن المتلقي قد رسمها له، مما يؤثر على الرسالة، فإن هذه الرسالة تتأثر أيضا بالصورة التي يرسمها القائم بالاتصال للطرف الآخر في العملية الاتصالية.

فإن كانت الصورة لدى القائم بالاتصال عن المتلقي أنه متفهم، وذكي على سبيل المثال، اطمأنت نفس القائم بالاتصال وازدادت ثقته في أن رسالته سوف تُفهم دون لبس، ولن تكون غامضة، بل ستؤدي الغرض المنشود منها. وإذا كان القائم بالاتصال يتصور أن المتلقي إنسان عظيم، فإنه قد يحاول أن يتملقه، أو يحاول أن يتفوق على نفسه، أو أن يمثل الغموض. أما إذا كان لديه الإحساس بأن ذلك الشخص معاند ومكابر، فإنه سوف يتشدد ويتزمت، أو العكس...

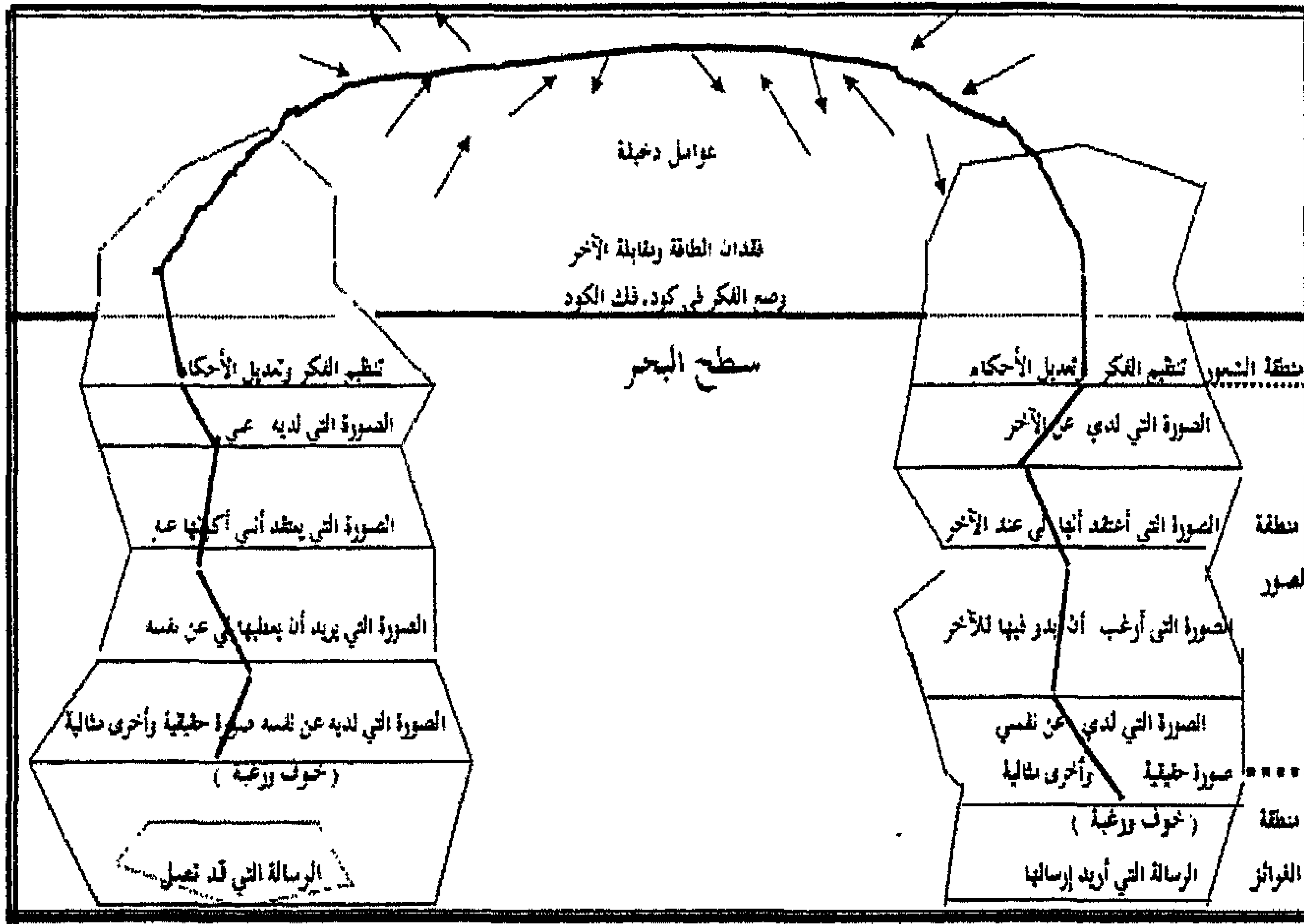
٣ ـ منطقة الشعور

بقدر درجات وضوح الصورة التي تتكون لدى الفرد عن الطرف الآخر، مما قد تفصح عنه نظراته وكلماته معبرة عن شعوره وإحساسه، بقدر ما يمكن أن يحدث من تعديل في سلوكه تجاهه.

من هنا يمكن استنباط أن في هذه المنطقة يلتقي الشعور باللاشعور، إذ من الصعب أن نصدر حكما على الطرف الآخر، ولكن يمكن أن نرفض هنا أن نستبقي أحكامنا الأولية عنه.

فإننا نلاحظ على سبيل المثال، أننا عند تكرار اللقاء بشخص ما، فإن صورته قد تختلف في المرة تلو المرة، حيث لا يمكن، من وجهة نظرنا، أن تبقى الصورة دون تعديل.

مكونات التل الجليدي في العملية الاتصالية



مما سبق يمكن استخلاص أننا نرفض الاعتقاد السائد بأن "الانطباع الأول يظل قائما" (The First Impression is the Last One)، فمن المستحيل أن يبقى الإنسان، القائم بالاتصال أو المتلقي في هذه الحالة، على صورة ثابتة. بل يمكننا تشبيه الإنسان بالصورة التي تعكسها صفحة ماء النهر تحت تأثير عوامل عديدة تغير في شكلها الطبيعي، انسياب سمكة تحت السطح ، أو محاولة أخرى التقاط قطعة خبز عائمة، أو حجر صغير ألقى به شخص ما في النهر، أو نسمة هواء تدفع الماء في موجات متتالية، أو سفينة عابرة، أو شعاع ساقط...، عوامل مختلفة ومتعددة يمكن أن تؤثر في النهاية على الصورة المعكوسة على صفحة الماء.

خلاصة القول هنا، هي أننا نشبه الفرد بلوحة فنية ترسمها الانفعالات والأحاسيس المتباينة التي قد تختلف من لحظة لأخرى باختلاف الموقف الاتصالي، وهذه نظرية نسلم بها تماما عندما نرفض فكرة "الانطباع الأول" الذي نعتبره غير صحيح، بل نعتبره على درجة كبيرة من الخطورة، حيث إن هذا الانطباع الأول يتجاهل عوامل أخرى كثيرة ويحقر من شأنها.

كل هذا يعني أننا نرفض تصنيف الناس ووضعها في قوالب نمطية جامدة (Stereotype)، لأن هذا التصنيف، وإن كان مريحا وسهلا، إلا أنه تشويه للحقائق وتجميد غير منطقي لطبيعة الإنسان غير الثابتة؛ وما يُكشف عنه من أسرار داخل العيادة النفسية يعد دليلا قويا على وجود عوامل مختلفة تؤثر في ردود أفعال الفرد وسلوكه في المجتمع، وهذا يجعلنا نرفض تصنيف الناس ونرفض مقولة الانطباع الأول.

فمن الضروري إذن، أن نترك للآخر فرصته في أن يكون، مؤمنين تماما بأن الكائن الحي يستمد بعض خصائصه من هذه الصفة، "الحي"، وأن سنة الحياة هي التطور؛ ومن ثم، فلنكن ما نكون داخليا، ولنتطور مع الحياة.

ما سبق ، يتضح إذن أننا إذا كنا قد ذهبنا مع الرأي القائل بأن الفرد في العملية الاتصالية يشبه كتلة الجليد في الماء، أو بمعنى أصح يشبه تلا كبيرا من الجليد(١) من الصعب سبر أغواره، حيث معظم هذا التل غير واضح المعالم، فإننا نتفق أيضا مع الرأي الذي يشبه الفرد بالبحر دائم التغيير، أي مع من يشبهونه بعيون الحشرات، أو بتعبير أرق، نشبه الفرد هنا بقطعة من الماس متعددة الوجوه والانعكاسات.

وفي هذا، نذهب مع عالم النفس الاجتماعي الأمريكي الجنسية "تشارلز كولي" الذي يرى أن كلا من الفرد والجماعة مكمل للآخر، على اعتبار أن الفرد يجد "طبيعته" الحقيقية في المجتمع، وعلى أساس أن الذات (Ego) من وجهة نظر كولي "ذات عاكسة" (Looking Glass Ego)، أي تعكس صورتها في عقول الآخرين، ومن ثم فهي تأخذ في الاعتبار حكم الآخرين عليها. ومن هذا المنظور، فإن "الشعور بالذات" (Self Feeling) يصبح "وعيا ذاتيا" (Self Consciousness) وذلك من خلال انعكاسات العلاقات الاجتماعية(٢)

(ب) انحراف تدفق الرسالة عن مسارها ووضعها في كود

السؤال الذي نطرحه الآن هو: ما مصير الرسالة في هذا الخضم من العوامل؟ وكيف تصل الرسالة إلى المتلقي؟ هذا إذا كان هناك احتمال لوصولها كما سبق وذكرنا.

لقد كانت الرسالة التي نرغب في نقلها إلى الطرف الآخر ونخشى عليها في آن واحد ذات دلالة محددة. إلا أنه، كما ينكسر شعاع الضوء في أثناء مروره داخل المنشور الزجاجي، ينكسر تدفق الرسالة أيضا، وينحرف عن مساره المباشر داخل كل منطقة من مناطق الصور لدى القائم بالاتصال، والتي تبدأ من منطقة اللاشعور. وعندما تصل الرسالة إلى منطقة الشعور والإحساس والوعي، يتدخل التفكير العقلي - الواعي والمدرك - في تشكيل الرسالة، والتي تصل هنا إلى سطح الماء، حيث يتم وضع تلك الرسالة في كود معين، في شفرة خاصة، ويتم ذلك قبل حدوث الالتحام بين طرفي الاتصال.

وتحدث عملية وضع الفكر في كود تحت تأثير عوامل طفيلية دخيلة على عملية الاتصال(٣)، وهذه العوامل الدخيلة تؤثر في دلالة الرسالة الإعلامية. فكثيرا كما نسمع في العادية: "أنا كان عندي كلام كثير أريد أن أقوله لكن الطرف الآخر لم يشجعني، وأحسست أنه لا يريد سماع وجهة نظري..."، أو، "هناك أسباب كثيرة منعتني من شرح وجهة نظري..."، أو ، "كنا نتكلم ومتفاهمين تماما حتى وصل فلان فانقلبت الصورة وتغير مجرى الحديث ..."،

---

(١) انظر الشكل التوضيحي للتل الجليدي.
(٢) زيدان عبد الباقي. - **ركائز علم الاجتماع**. دار المعارف بمصر، ١٩٧٥م.
(٣) للاستزادة في موضوع العوامل الدخيلة ارجع إلى:
جيهان رشتي. - **الأسس العلمية لنظريات الإعلام** . دار الفكر العربي ، القاهرة ، ١٩٧٥م .

والأمثلة عديدة تلك التي تثبت أن الرسالة يمكن أن تضيع تماما في أثناء سير العملية الاتصالية، أو على الأقل، تفقد جزءا من حمولتها، ومن طاقتها، ومن قوتها، ومن عناصرها، أو تدخل عليها طفيليات قد تغير من معناها...

(ت) فك كود الرسالة

عند سطح الماء أيضا، يستقبل المتلقي الرسالة ويحاول فك رموزها محاولا معرفة ماذا يريد أن يقوله الطرف الآخر، ويتم ذلك، كما هو الحال عند وضع الرسالة في كود، تحت تأثير هذه الطفيليات التي سبق وأشرنا إلى أنها تدخل على عملية الاتصال ومن الصعب توقعها.

نستخلص مما سبق أن الرسالة عندما تصل في نهاية المطاف إلى المستقبل - هذا إذا وصلت - لن تحتفظ بالدقة أو بالدلالة التي كان القائم بالاتصال يود أن ينقلها بها، أي أنها ليست الرسالة نفسها، شئنا ذلك أم أبينا. وقد سبق وتعرفنا على عدة مناطق تمر من خلالها الرسالة وتعمل أحيانا عمل المصفاة تحذف أجزاء من الرسالة المرسلة، وهي في الوقت ذاته مصفاة من مغناطيس يجذب شوائب من المناخ الذي يحدث فيه الاتصال ويضيفه للرسالة الإعلامية؛ لذلك، فإن هذه الرسالة تصل في النهاية ملوثة ومنقوصة، مغلوطة ومحرفة، هذا إذا وصلت أصلا، وهذا يؤكده النموذج الاحتمالي الذي سبق وطرحه بيير تشايفر والذي تحدثنا عنه من قبل.

باختصار شديد، نتبنى هنا الرأي القائل بأنه من الصعب، إن لم يكن من المستحيل، أن تصل الرسالة التي أردنا نقلها كما هي. حقيقي قد يمكننا تقليل التحريف وتقوية الرسالة لتعويض الفاقد منها في أثناء النقل وذلك بالاستعانة بعمليات مختلفة، لكن لا يمكن أن تصل الرسالة بدقة متناهية لأنه توجد عوائق كثيرة قد تقف في سبيل هذه الغاية، وكثيرا ما سمعنا مثلا: " حاولت معه المستحيل إلا أنه لم يفهمني...".

تأصيلا على ما سبق، يجب علينا، بوصفنا قائمين بالاتصال، ألا نظلم المتلقي، أو أن نحكم عليه بالغباء. ففي العملية التعليمية مثلا، وهي صورة من صور عمليات الاتصال، غالبا ما يحتاج المعلم إلى تكرار الشرح لبعض الطلبة ، بالرغم من أن زملاء لهم قد فهموا واستوعبوا الدرس، أو علي الأقل اعتقدوا أنهم فهموه، إلى جانب فريق ثالث في حاجة إلى تلك الإعادة لأنهم في آخر القاعة حيث يصلهم صوت المعلم متقطعا أو ضعيفا، أو تحت تأثير شوشرة من أحد الزملاء، أو تشويش من خارج المدرج...، إلى آخر ذلك من عوامل مادية، إلى جانب عوامل أخرى قد يكون بعضها عوامل نفسية وبعضها الآخر عوامل صحية...

من هنا يمكن أن نستشف مدى القصور الذي يوجد في الاتصال، إلا أن هذا يجب أن يحثنا على البحث عن الأسلوب الأمثل لتحقيق أعلى قدر من الدقة في عملية الاتصال، التي هي - كما قلنا قبلا - حاجة من الحاجات الأساسية التي سبق لنا الحديث عنها .

وهذا النموذج للاتصال، المتمثل هنا في نظرية التل الجليدي، يأخذ بالعوامل الدخيلة على عملية الاتصال والتي يمكن أن تؤثر فيه، أي أنه يتبنى عنصر التشويش الذي أكد على خطورته.

شانون وزميله ويفر وكذلك ولبور شرام وآخرون وخصوصا التشويش النفسي، إلى جانب أنه يأخذ أيضا بمفهوم رجع الصدى الذي أشرنا إليه عند الحديث عن الاتصال الدائري.

سابعا ـ ماهية الاتصال بالنسبة لنا

مع تقديرنا لكل من بذل جهدا في هذا الموضوع، بمحاولة تفسير عملية الاتصال الإنساني، إلا أننا نأخذ بالنموذج الذي اقترحه بيير تشايفر، والذي يصور ما نفهمه عن الاتصال الذي هو في هذه الحالة :

- **اتصال غير مباشر.**
- **لا يعمل منفردا.**
- **يمكن أن يعدل طوال الطريق.**
- **وأن القائم بالاتصال والمستقبل، في هذه الحالة، فردان من البشر، يخضع كل منهما لنواياه وللنوايا التي يرغب في الكشف عنها لدى الآخر.**
- **وأن كلا من المرسل والمستقبل يعمل في مناخ مجتمعي يشكل إطارا عاما يتم داخله الاتصال الذي يحدث بينهما.**

وبذلك ، فنحن نؤكد هنا على وجود علاقة متبادلة بين كل من المرسل والمستقبل، وأن كلا منهما يقوم بعمل المرسل والمستقبل في آن واحد، وذلك بالنسبة لنفسه وبالنسبة للآخر. أو بأسلوب آخر، أن المرسل عندما يحاول الاتصال بالمستقبل – أو العكس – فإنه يمثل الإنسان الاتصالي: (L'homo-communicans) والذي هو نشط وخامل لدي جون كلوتبيه، أي الإميريك الكندي الإيجابي والسلبي في آن واحد.

ما سبق يؤكد أن الإميريك يحتل لدينا أيضا المركز في عملية الاتصال؛ أي أن "الاتصال الإنساني هو عملية اتصال بين اثنين من الإميريك ، كل منهما يرسل إلى الآخر ويستقبل منه في الوقت ذاته ، وتتم عملية الاتصال بينهما انطلاقا من ثقافة كل من الطرفين ومدى ما يعرفه عن الطرف الآخر، وذلك تحت تأثير المناخ الاجتماعي الذي يتم فيه الاتصال".

ثامنا ـ إسهامنا الشخصي لوضع نموذج للاتصال

غني عن القول بأنه توجد نماذج عديدة للتعبير عن تأثير وسائل الإعلام في صوره المختلفة، حيث تمت دراسة التأثير من عدة مستويات تمثل توجهات مختلفة لدراسة المشكلات الاجتماعية وتأثير وسائل الإعلام.

وما سبق ذكره من حديث عن نماذج الاتصال المطروحة قبلا، والنقد الموجه لها، كان منطلقا لنا نحو صياغة نموذج للاتصال في دراسات سابقة لنا تناولنا فيها موضوع البث الوافد

عبر الأقمار الصناعية[1]. وكما بدأ "روبير إسكاربيت" نموذجه من المتلقي، فإن نموذجنا الخاص بالاتصال يبدأ أيضا بالمتلقي ولا يبدأ من المرسل .

وقد صغنا النموذج الخاص بنا في صورة تساؤلات ستة وهي :

من؟
يتلقى ماذا؟
بأي وسيلة؟
ولماذا؟
ومن المرسل؟
وما تأثير ذلك؟

---

(١) انظر على سبيل المثال كتابنا: **قنوات للتليفزيون فضائية في عالم ثالث**. دار الفكر العربي، ١٩٩٣م.
وأيضا، بحث وافد على شاشات التليفزيون. **مرجع سابق.**
وكذلك، **وسائل الإعلام في إطار سسيولوچية وقت الفراغ**. دار حافظ، جدة. طبعة ثانية، ٢٠٠٠م.
والبنية السكانية: دراسة مورفولوچية وإتيمولوچية: دار النهضة العربية، ٢٠١٠م.
والخطاب الإعلامي وأزمة أنفلونزا الخنازير. دار النهضة العربية، ٢٠١١م.

الفصل الثاني
دراسة سُسيولوجية لوسائل الإعلام

تمهيد

في هذا الفصل، نتناول اتجاهات الدراسات السسيولوچية لوسائل الإعلام في مبحثين، نخصص مبحثا منهما للدراسة المورفولوچية، والمبحث الآخر للدراسة الفسيولوچية.

وفي مبحث مستقل، سوف نركز بوجه خاص على الدور الو

وفي مبحث ثالث، نعرض نتائج آخر دراسة ميدانية أجريناها عن تأثير تكنولوجيا الراديو على التعرض لإذاعات الراديو التقليدية

المبحث الثالث
دراسة مورفولوجية لوسائل الإعلام

في هذا المبحث، نتناول بالدراسة وسائل الإعلام من الناحية البنيوية من وجهة النظر السسيولوجية، حيث نولي اهتماما خاصا بالتليفزيون لعدة اعتبارات سبق الإشارة إليها. وسنركز أيضا في دراستنا هذه على وسائل الإعلام في مصر بوجه خاص، وفي الدول العربية والدول النامية ودول أخرى متقدمة، فإن من شأن هذه الدراسة أن تساعدنا على فهم طبيعة وسائل الإعلام في الوطن العربي وفي مصر، واعتمدنا كثيرا في هذه الدراسة على الأرقام التي نحصل على معظمها من الإحصائيات التي تنشرها يونسكو.

أولا ـ توزيع وسائل الإعلام في العالم وفي الدول النامية

قبل أن نتكلم عن توزيع وسائل الإعلام في العالم، نتحدث أولا عن الحد الأدنى لتواجد وسائل الإعلام في الدول النامية كما أقرته يونسكو، فقد تساعدنا معرفة هذا الحد الأدنى في فهم أفضل لطبيعة وسائل الإعلام في الدول العربية بصفة عامة، وفي مصر بوجه خاص.

(أ) الحد الأدنى لوسائل الإعلام

ي تقرير قدم إلى الأمم المتحدة عام ١٩٦١م، اقترحت يونسكو ما يسمى بالحد الأدنى الواجب توافره بالنسبة لوسائل الإعلام[1]، والذي يجب أن تصل إليه الدول النامية. وقد أبدى التقرير اقتراحا بأن تبذل كل دولة جهدها لكي توفر لأفراد شعبها هذا الحد الأدنى بالنسبة لكل ١٠٠ نسمة، وإن كان هناك من يرى أنها نسبة ضئيلة[2] وهي:

ـ عشر نسخ من الصحف اليومي	لكل ١٠٠ نسمة
ـ خمسة أجهزة راديو	لكل ١٠٠ نسمة
ـ جهازان تليفزيون	لكل ١٠٠ نسمة
ـ مكانان في السينما	لكل ١٠٠ نسمة

وقد أوصى هذا التقرير، والذي وافق عليه ولبور شرام (الذي كان يعد الخبير الأول في مجال الإعلام لمنظمة يونسكو)، بأن تحاول كل دولة نامية أن تصل إلى هذا الحد الأدنى بالنسبة لوسائل الإعلام، وأشار التقرير أيضا إلى أن عدد الدول التي كانت قد وصلت إلى هذا الحد الأدنى عام ١٩٦١م محدود في كل من أفريقيا وآسيا وأمريكا اللاتينية، فإن معظم هذه الدول النامية كانت بعيدة جدا عن هذا الحد الأدنى الذي أقرته يونسكو، وظل هذا الأمل يراود الجميع إلى أن تحقق في نهاية القرن العشرين بالنسبة لعديد من الدول العربية بوجه خاص، على الأقل

---

(١) Wilbur SCHRAMM. – **Mass Media and National Development**: The . Role of Information in Developing Countries. Stranford Univesity Press, California, UNESCO, Paris, 1974.

(٢) H. BOURGES.– **Décoloniser l'information**. Ed. Cana. Paris, 1978.

بالنسبة لبعض وسائل الإعلام في دول البترول الغنية وهو ما سوف تكشف عنه الصفحات التالية.

(ب) عدم التوازن في توزيع وسائل الإعلام على مستوى العالم

في السطور التالية دراسة مقارنة لانتشار بعض وسائل الإعلام على مستوى العالم، وبخاصة الوسائل الإليكترونية راديو وتليفزيون وحاسبات آلية، والتي يطلق عليها اسم "التكنولوجيا الحديثة للاتصال"والتي تعرف بالنسبة للناطقين باللغة الفرنسية باسم: "Technologies modernes de la communication"، والشهيرة بمختصر اسمها الفرنسي"TIC"(١)، والتي أطلق عليها في يوم ما الاسم الإنجليزي"High Technology" (High Tec)، هذا الفضاء السيبرناطيقي (Cyberespace)، الفضاء المعلوماتي، والذي فتح البـاب واسـعا أمام تبادل الأفكار، ودخل بالإعلام عصر السموات المفتوحة.

هذه الوسائل بدون شك، تعد أهم الوسائل التي ظهرت في القرن العشرين، وتمثل ثورة في تاريخ الإنسانية بعد الثورة الصناعية التي عرفها الإنسان في القرن الثامن عشر.

واهتمامنا بالتليفزيون لا يمنع من الإشارة إلى الوسائل المطبوعة، والذي يرجع الفضل فيها إلى "يوحنا جوتنبرج". وقد دخلت الوسائل المطبوعة هي أيضا عصر التكنولوجيا الرفيعة الراقية، وأصبحنا نقرأ عن صحف يتم نقل محتواها عبر الأقمار الصناعية لكي تطبع في دول أخرى كما هو الحال بالنسبة لجريدة **الأهرام** المصرية وجريدة **الشرق الأوسط** السعودية...، كما يستعان بالقنوات الفضائية التي تبث عبر الأقمار الصناعية بوصفها وسيطا للحصول على الأخبار للصحف. كذلك دخلت التكنولوجيا الحديثة في "المطبخ" الصحفي حيث يستعان بالحاسبات الآلية في جمع المادة التحريرية بل وفي عملية الإخراج الصحفي أيضا...

١- عدم التوازن في انتشار أجهزة الراديو

في دراسة سابقة بالنسبة لقارة أفريقيا والتي اعتمدنا فيها على الإحصائيات الرسمية التي تنشرها يونسكو، وجدنا أن معظم الدول في هذه القارة النامية لم تكن قد وصلت إلى الحد الأدنى بالنسبة لعدد أجهزة الراديو الذي تقترحه يونسكو، خمسة أجهزة راديو لكل ١٠٠ نسمة؛ فبينما وصل عدد أجهزة الراديو في الدول المتقدمة إلى ٩١٣ جهازا لكل ١٠٠٠ نسمة، وجدنا أن هناك ٢٦ دولة أفريقية لم يكن يتعدى عدد أجهزة الراديو فيها نسبة ٥٠ جهازا لكل ١٠٠٠ نسمة.

وفي عام ١٩٨٨م، أفادتنا التقارير المنشورة بأن الحد الأدنى لجهاز الراديو في أفريقيا لم يكن قد تحقق بعد. إلا أن الحال قد تحسن، حيث وصلت نسبة انتشار جهاز الراديو في الدول

---

(١) M. TAWFIK (Sous la direction de).– **Rapport mondial sur la communication et l'information:** 1999–2000. (Ouvrage collectif) . Ed. G. BARTAGNON& Y, COURRIER (avec l'assistance de A. CLAYSON). UNESCO. Paris, 1999.

الأفريقية عام ١٩٩٨م إلى ١٧٠ جهاز لكل ١٠٠٠ نسمة، علما بأن انتشاره في العالم في الفترة نفسها وصل إلى ٣٦٠ جهاز لكل ١٠٠٠ نسمة.

وعلى مستوى الدول العربية عام ١٩٩٥م، تأتي لبنان في المقدمة حيث بها ٨٩١ جهاز راديو لكل ١٠٠٠ نسمة، ثم سلطنة عمان (٥٨٠)، فالبحرين (٥٧٥)، والكويت (٤٧٣)، وقطر (٤٣٨)، فمصر (٣١٢) والمملكة العربية السعودية (٢٩١)، والسودان (٢٧٠)، وسوريا (٢٦٤)، والأردن (٢٥١)...، والمشاهد هنا، أن كل الدول العربية قد حققت الحد الأدنى بالنسبة لجهاز الراديو فيما عدا الصومال واليمن حيث إن بها أقل من خمسة أجهزة لكل ١٠٠ نسمة.

٢ ـ عدم التوازن في انتشار أجهزة التليفزيون

حتى عام ١٩٧٩م، كان هناك حوالي ١١٦ دولة أدخلت التليفزيون أراضيها من بين ١٥٦ دولة في العالم في ذلك التاريخ(١)، ومن بين هذه الدول التي تبنت التليفزيون وقتها كان هناك ٦٠ دولة فقط تبث برامجها بالألوان وفقا لأحد الأنظمة الثلاثة المستخدمة في البث التليفزيوني الملون: PAL, SECAM, NTSC.

وفي عام ١٩٧٩م أيضا، كان عدد أجهزة التليفزيون في العالم يقدر بحوالي ٤٧١ مليون جهاز، ولكن في توزيع غير متعادل بين الدول وبين القارات...، شأنه شأن غيره من الوسائل الإعلامية الأخرى، بل وأشياء أخرى يمكن للقارئ تحديدها بسهولة؛ إذ تشير الإحصائيات ـ مثلا ـ إلى أن من بين ١١٦ دولة أدخلت التليفزيون يوجد ثلاث دول فقط تحتكر أكثر من نصف عدد أجهزة الاستقبال التليفزيوني، وهي الولايات المتحدة الأمريكية واليابان والاتحاد السوفييتي.

وهذا التوزيع غير العادل واللامتكافئ لأجهزة التليفزيون على مستوى الدول لمسناه أيضا بين مجموعات الدول؛ فبينما تمتلك مجموعة الدول المتقدمة (البلاد الأوربية والاتحاد السوفييتي والولايات المتحدة وكندا واليابان واستراليا ونيوزيلندا وجنوب أفريقيا وإسرائيل) ٤٠٧ ملايين جهاز تليفزيون، فإن كل بقية العالم لم تكن تمتلك سوى ٦٤ مليون جهاز استقبال، أي بنسبة أكثر من ٤ : ١، بالرغم من أن توزيع عدد السكان بين دول العالم النامي والدول المسماة بالمتقدمة تصل نسبته إلى ٣ : ١، ويزيد الفارق بينهما باستمرار إذا أخذنا في الحسبان عدد المواليد في كل من العالمين. وقد كان هذا الفارق بين العالم النامي والعالم المتقدم عنوانا لكتاب عنوانه "**ثلث العالم، ثلاثة أرباع العالم**"(٢)، والذي نحيل إليه القارئ المهتم بمجالات التنمية.

فالوضع بالنسبة للتليفزيون في الدول النامية قد يكون أصعب من الوضع بالنسبة للراديو وذلك لارتفاع سعر جهاز التليفزيون مقارنة بسعر جهاز الراديو هذا من ناحية، إلى جانب التكاليف العالية بالنسبة للدول النامية لإنشاء استديوهات التليفزيون عن إنشاء أستوديو للبث الإذاعي، ومن ناحية أخرى لحاجة التليفزيون للكهرباء حيث لم ينتشر حتى الآن التليفزيون "الترانزستور"... وربما يكون ذلك من أسباب وجود عدم عدالة في توزيع أجهزة التليفزيون بين

(1) H. BOURGES.– Décoloniser l'information. **Op. Cit.**
(2) Maurice GUERNIER.– **Tiers-Monde, trois quarts du monde**. Bordas, Dossier/ demain, Rapport du Club de Rome. Paris, 1980.

العالمين حيث يوجد ٣٦٧ جهاز استقبال لكل ١٠٠٠ نسمة في الدول المتقدمة (والحد الأدنى الذي افترضته يونسكو هو ٢٠ جهازا لكل ١٠٠٠ نسمة)، بينما هذه النسبة وفقا لما تشير إليه إحصائيات عام ١٩٨٠م كانت لا تتعدى ١٦,٢ جهازا لكل ١٠٠٠ نسمة في دول العالم الثالث، أي أن الفجوة كانت مازالت موجودة بين العالمين بالنسبة لهذه التكنولوجيا على الأقل.

ومما يذكر في هذا الخصوص، أنه في أثناء الدورة التدريبية التي نظمها معهد التدريب الإذاعي للعاملين في الحقل الإعلامي في الدول الأفريقية الناطقة باللغة الفرنسية عام ١٩٨٥/٨٤م، ذكر لنا بعض الدارسين أن البث التليفزيوني قد بدأ في دولهم منذ شهور فقط، وذكر آخرون أن التليفزيون ما زال في مرحلة التجارب لديهم، بل ومنهم من قال إنهم لا يرون ضرورة لإدخال التليفزيون في أراضيهم ما دامت شاشات التليفزيون لديهم تستقبل برامج التليفزيون التي تبثها أربع دول مجاورة، أو لأنهم يشاهدون القناة الفرنسية "CFI" عبر القمر الصناعي مرورا بمحطة أرضية أهدتها لهم فرنسا.... (١)

لكن هذا الوضع بالنسبة للتليفزيون الذي كانت عليه الدول الأفريقية حتى منتصف الثمانينيات قد تحسن هو أيضا في نهاية العقد التاسع من القرن العشرين كما تحسن الوضع بالنسبة للراديو، فقد وصل انتشار التليفزيون في أفريقيا إلى ٣٥ جهازا لكل ١٠٠٠ نسمة، إلا أن انتشاره على المستوى العالمي بنسبة ٢٣٠ جهاز لكل ١٠٠٠ نسمة أي أن أفريقيا في مجال حيازة التليفزيون ما زالت بعيدة عن المتوسط العالمي. وفي التسعينيات، كان قد تم ترشيحي لكي أكون مستشارا إعلاميا لمصر في دولة جزر القمر، لكنني اعتذرت بسبب إصابتي بتمزق في أربطة الركبة، ولكن المنصب يعد مطلبا قوميا، فوافقت على مضض، وعندما فوجئت بأن من مهام منصبي العمل على إدخال التليفزيون في هذه الدولة الشقيقة، أي أن التليفزيون لم يكن دخل جزر القمر حتى منتصف التسعينات على الأقل، فاعتذرت للمرة الثانية، فأنا لم أتعامل من قبل مع السوق وخصوصا في مجال التليفزيون، ورشحت اسم زميل يعمل في الإخراج في مبنى ماسبيرو، وعلى دراية جيدة بأجهزة التليفزيون واستوديوهاته وجميع الأجهزة التي يتعامل هو معها بصفة شبه يومية...

وعلى مستوى تكنولوجيا البث التليفزيوني ، يلاحظ تقاربا على مستوى الدول المتقدمة في انتشار الأساليب الثلاثة للبث، البث عن طريق الشبكة الأرضية الهيرتزية ، والبث عن طريق الكابل، والبث عبر الأقمار الصناعية على النحو المبين في الجدول التالي:

نسبة انتشار تكنولوجيا التليفزيون في المنزل في الدول المتقدمة (عام ١٩٩٦م)(٢)

مجموعة الدول	تكنولوجيا التليفزيون	نسبة انتشارها في المنازل %
أوربا	تليفزيون هيرتزي فقط	٦٧
	تليفزيون كابلي	٢٤
	عبر الأقمار الصناعية	٩

(٢) مصر أيضا من الدول التي أهدتها فرنسا محطة أرضية خاصة بهذه القناة الفرنسية أقيمت على جبل المقطم.

أوربا الغربية	تليفزيون هيرتزي فقط	٦٠
	تليفزيون كابلي	٢٨
	عبر الأقمار الصناعية	١٢
الولايات المتحدة الأمريكية	تليفزيون هيرتزي فقط	٥٦
	تليفزيون كابلي	٦٥
	عبر الأقمار الصناعية	٧

ومن الجدير بالذكر هنا - أنه بالرغم من دخول التليفزيون الكابلي والأقمار الصناعية والتي تغطي معظم الدول في أوربا الغربية، فإن التليفزيون الهيرتزي يظل مهما جدا خصوصا في إسبانيا وفرنسا وإيطاليا والبرتغال وإنجلترا.

أما في الولايات المتحدة الأمريكية، فيقدر عدد المشتركين في التليفزيون الكابلي بحوالي ٦٦ مليون مشترك يشكلون نسبة ٦٧,٢ % ممن لديهم تليفزيون، وثمانية ملايين في كندا (٧٣,٢ %)، فالتليفزيون الكابلي - وهو تليفزيون مدفوع، أي باشتراك شهري أو سنوي - مهم جدا في أمريكا الشمالية مقارنة بدول أوربا الغربية، إذ يوجد ٥٢,٥ مليون مشترك (٢٨,٨ %)، ولكن يرتفع الاشتراك في الكابل في بعض الدول الأوربية عنه بالنسبة لكندا والولايات المتحدة الأمريكية في عام ١٩٧٧م، وفي أوربا الغربية يوجد ٢٤,٥ مليون منزل يلتقط البث التليفزيوني والإذاعي عبر الأقمار الصناعية.

وعن انتشار التليفزيون في الدول العربية، وخصوصا في مصر، فإن التليفزيون الأرضي "الهيرتزي" كان هو الشائع حتى وقت قريب، إلى أن تم إطلاق القمر نايل سات ١٠١ فتحول كثير من المشاهدين من التليفزيون الأرضي للدولة، إلى استقبال القنوات الفضائية، خصوصا بعد أن انخفض ثمن الأجهزة المستخدمة لالتقاط البث الوافد وأصبح في إمكانية الأسرة المتوسطة حيازتها واستقبال الفضائيات عبر القمر الصناعي، كذلك انتشر استقبال البث التليفزيوني من الأقمار الصناعية في معظم الدول العربية...

أما بالنسبة للتليفزيون الكابلي، فإننا حتى الآن لم نلمس اهتماما كبيرا في الوطن العربي بالتليفزيون الكابلي إلا مؤخرا، وبالنسبة لدولة الإمارات التي دخلها الكابل على استحياء، كما بدأت تظهر "شبكات كابلية"[١] بدأت في بعض مدن على خريطة القطر المصري، ثم انتشرت في القرى وفي المناطق الشعبية، بل وفوجئنا بدعاية لشبكة منها تصلنا مطبوعة في منازلنا في مساكن أعضاء هيئة التدريس بجامعة القاهرة.

وفي عام ١٩٩٥م، كانت كل الدول العربية تقريبا قد حققت الحد الأدنى لتوافر عشرين جهازا للتليفزيون على الأقل لكل ألف نسمة . وتأتي هنا قطر في المقدمة (٤٥٧)، والبحرين

---

(١) المقصود هنا ما يعرف باسم "وصلات"، وهو عمل غير شرعي ويجرمه القانون، حيث يقوم أحد الأشخاص بالتقاط البث التليفزيوني من عدة أقمار صناعية، وخصوصا القنوات المشفرة، ويقوم ببثها عبر الكابل للمشتركين معه بمقابل مادي يختلف باختلاف عدد القنوات المراد استقبالها طبعا، والذي تمت دراسة تأثيرها في إحدى قرى الصعيد. انظر: أحمد محمد محمود إبراهيم.- "تأثير التعرض للقنوات الفضائية على الثوابت الاجتماعية: دراسة حالة على قرية بصعيد مصر"، رسالة ماجستير تحت إشرافنا ولم تناقش بعد.

(٤٣٩)، والكويت (٣٧٣)، والمملكة العربية السعودية (٢٦٩)، ولبنان (٢٥٨)، واليمن (٢٦٧)، والإمارات (٢٦٣)، والأردن (١٧٥)، وتونس (١٥٦)، والمغرب (١٤٥)، وليبيا (١٦٨)، ومصر (١٢٦)...، فيما عدا الصومال (١٣ جهازا لكل ١٠٠٠ نسمة).

أما بالنسبة لمشاهدة التليفزيون على شبكة الإنترنت، فهو موضوع بحث جديد نجريه الآن، واضعين في الحسبان أن طبيعة مشاهدة التليفزيون عبر شبكة الإنترنت تختلف عن مشاهدة التليفزيون الأرضي والفضائيات التي نستقبلها على شاشة التليفزيون عبر القمر الصناعي، حيث المشاهدة تكون في الغالب جماعية مع أفراد الأسرة مما قد يثير حوارا بينهم، بينما مشاهدة القنوات التليفزيونية على الحاسب الآلي، هي في الغالب مشاهدة فردية، على جهاز شخصي يخص صاحب الجهاز، وغالبا ما يكون هذا الجهاز في غرفة الفرد، وحيث لا نستطيع الجزم بأن جهاز التليفزيون أصبح جهازا شخصيا لكل فرد جهازه الشخصي في غرفته الخاصة به، ونحن نتحدث هنا عن الأسرة المصرية محدودة الدخل.

٣ ـ عدم التوازن في انتشار الحاسب الآلي والإنترنت

انتشر الحاسب الآلي في السنوات الأخيرة من القرن العشرين بظهور جهاز الحاسب الشخصي (Personal Computer) والمعروف بالمختصر الإنجليزي "PC" ، والذي صغر حجمه، وأصبحت بعض الأجهزة منه في حجم الكتاب (Note Book) والذي في الإمكان التنقل به بين البيت والمكتب أو في السيارة... ، مما مكن من اندلاع أهم ثورة في عالم الاتصال ظهرت في الربع الأخير من القرن العشرين والتي ساعدت في ظهور ما يعرف باسم "ثورة المعلومات".

وبعيدا عن الحديث عن تمركز الشركات الكبرى المنتجة للحاسب الآلي في بعض الدول، سواء بالنسبة للأجهزة (Hardware) حيث توجد خمس شركات من عشر شركات كبرى على مستوى العالم في أمريكا وشركتان في إنجلترا، أو حتى بالنسبة للبرامج (Software).

فكما هو الحال بالنسبة لأجهزة الراديو وأجهزة التليفزيون، نلمس عدم عدالة أيضا في انتشار الحاسب الآلي جغرافيا على مستوى دول العالم وقاراته المختلفة، إذ تشير الأرقام التي نشرت لعام ١٩٩٦م إلى وجود ٢٣٤٢٠٠٠٠٠ جهاز على مستوى العالم، منها ٩٦٦٠٠٠٠٠ في أمريكا وحدها، و٧٢٨٦٤٠٠٠ في أوربا، و١٦١٠٠٠٠٠ في اليابان (وهذا يمثل ٧٩ % من إجمالي عدد الأجهزة في العالم). كما تشير الأرقام إلى أن نسبة انتشار الحاسب الآلي بين دول العالم عام ١٩٩٨م كان على النحو التالي وذلك بالنسبة لكل ١٠٠ نسمة:

- ٣٦,٢ في أمريكا - ٩,٦ في أوربا - ١٢,٨ في اليابان - ٠,٦٤ في أفريقيا

٤ـ عدم التوازن في انتشار أجهزة التليفون

من الجدير بالذكر هنا، أن أجهزة التليفون هي أيضا يلاحظ عدم عدالة بالنسبة لانتشارها بين الدول المختلفة، حيث تشير إحصائيات عام ١٩٩٦م بأن في أوربا والولايات المتحدة

الأمريكية واليابان يوجد ٦٨ % من أجهزة التليفون في العالم، بالرغم من أن هذه الدول تمثل ١٥% فقط من سكان العالم، وذلك مقابل ١,٨% للدول الأفريقية، وأنه يوجد أفريقي من اثنين لم يستخدم التليفون أبدا، ولكن استخدام الخطوط الدولية أعلى في أفريقيا عن المتوسط العالمي، والوسائل الرقمية (Digital) بصفة عامة، تليفون وتليفزيون وراديو، تعد أحدث صيحة للتكنولوجيا في العالم النامي.

وعدم العدالة هنا نجده حتى بين الدول المتقدمة وبعضها، وقد تضاعف عدد أجهزة الحاسب الآلي خلال خمس سنوات كما هو موضح في الجدول التالي:

عدد الحاسبات الآلية لكل ١٠٠ نسمة في بعض الدول المتقدمة
في الفترة من عام ١٩٩٣م إلى عام ١٩٩٧م

الدولة	السنة				
	١٩٩٣	١٩٩٤	١٩٩٥	١٩٩٦	١٩٩٧
ألمانيا	١٣	١٤	١٧	٢٤	٢٦
فرنسا	١٠	١٢	١٣	١٨	٢٠
إيطاليا	٦	٧	٨	١٠	١٢
إنجلترا	١٣	١٥	١٩	٢٥	٢٧
الولايات المتحدة الأمريكية	٢٧	٣٠	٣٣	٤٨	٤٩

وفي عام ١٩٩٧م، كانت الولايات المتحدة قد جاءت على قمة الدول بالنسبة لانتشار الحاسب الآلي، من حيث عدد الأجهزة لكل ١٠٠ نسمة (٤٩ جهازا، تليها من حيث الأهمية كندا (٤٦) ثم سويسرا (٤٤)، فالنرويج (٣٩)، ولوكسمبورج (٣٧)، والدانمارك (٣٦)، والسويد (٣٦)، وهولندا (٣٤)، وفنلندا (٢٨)، وإنجلترا (٢٧)، وألمانيا (٢٦)، والنمسا (٢٢)، وبلجيكا (٢١)، وفرنسا (٢٠)، وإيرلندا (١٥)، والبرتغال (١٣)، وإيطاليا (١٢)، وإسبانيا (١١)، واليونان (٦). وفي عام ١٩٩٨م كان انتشار أجهزة الحاسب الآلي مقارنة بأجهزة الراديو والتليفزيون بالنسبة لأفريقيا مقارنة بدول العالم على النحو الموضح في الجدول التالي:

انتشار التكنولوجيا الراقية في العالم وفي أفريقيا عام ١٩٩٨م
بالنسبة لكل ١٠٠ نسمة

الجهاز	انتشاره في العالم لكل ١٠٠ نسمة	انتشاره في أفريقيا لكل ١٠٠ نسمة
الراديو	٣٦	١٧
التليفزيون	٢٣	٣,٥
الحاسب الآلي	٤,٤	٠,٣

أما بالنسبة للدول العربية، فإننا نلمس تفوقا في انتشار الحاسب الآلي بالنسبة لبعض الدول، حيث وصل عدد الأجهزة إلى ٥٦,٢ لكل ١٠٠٠ نسمة في قطر، و٥٠,٦ في البحرين، و٤٦,٤ في الإمارات و١٢,٧ في سلطنة عمان و١٢,٥ في لبنان، و٨ في الأردن ... وذلك بالنسبة لعام ١٩٩٧م.

وبعض الحاسبات الآلية مزود بالإنترنت ويتزايد ذلك باطراد ملحوظ؛ ففي يوليو عام ١٩٩٨م، وصل عدد الأجهزة المزودة بالإنترنت إلى ٣٦,٧ مليون جهاز في العالم. ولكن يلاحظ أن فنلندا متقدمة جدا في هذا الجانب أكثر من غيرها من الدول، حيث تصل نسبة هذا النوع من الأجهزة إلى أكثر من مائة جهاز لكل ١٠٠٠ نسمة (١٠٠,٥٦).

وعلى مستوى القارة الواحدة، يلاحظ أيضا وجود عدم عدالة في انتشار الإنترنت، حيث ينتشر في دول شمال أوربا أكثر من انتشاره في دول أوربا الأخرى، فهو يوجد بنسبة ٢٠,٨% في فنلندا، و١٤,٨% في السويد، و١٣,٣ في النرويج، و١٢,٨% في الدنمارك، بينما في الدول الأوربية المطلة على البحر الأبيض المتوسط (إسبانيا واليونان وإيطاليا والبرتغال) ٣% فقط يتعاملون مع الإنترنت.

وعن نسبة عدد مستخدمي الإنترنت (Internautes) من بين عدد السكان عام ١٩٩٧م، تأتي الولايات المتحدة الأمريكية هنا أيضا في المقدمة، تليها كندا ثم فنلندا، فالسويد، والنرويج، والدانمرك، وسويسرا، وإنجلترا، وهولندا، وألمانيا، وفرنسا (وسوف نتحدث عنها فيما بعد)، ثم بلجيكا، والنمسا، وإيرلندا، وإسبانيا، وإيطاليا، والبرتغال، واليونان.

وفي عام ١٩٩٨م، وصل عدد المتعاملين مع الإنترنت في الولايات المتحدة وكندا إلى ٧٠ مليون فرد، وفي أوربا ٣١,٧ مليون، إلا أن الوضع يختلف عن ذلك والفجوة تظهر بوضوح بين هذه الدول المتقدمة ودول العالم النامي، حيث عدد المشتركين في الإنترنت في التاريخ نفسه لم يزد عن ١٩,٣ مليون فرد في آسيا، و٧,٢٥ مليون فرد في أمريكا الجنوبية، و ٠,٨ من المليون في أفريقيا، و٠,٧٥ من المليون في الشرق الأوسط. هذا وقد وصل عدد الدول الأفريقية التي دخلها الإنترنت حتى عام ١٩٩٦م إحدى عشرة دولة فقط، إلا أنه وبعد مرور عامين فقط، سرعان ما انتشر ودخل جميع الدول الأفريقية خصوصا في العواصم والمدن الكبرى. وبالنسبة للدول العربية، تشير الإحصائيات إلى أن نسبة ٩٨ % من مستخدمي الإنترنت فيها من الذكور، النصف في المنزل والنصف الآخر في المكاتب ومقاهي الإنترنت (Café NET)، ولكن لاحظنا زيادة ملحوظة بالنسبة لاستخدام الإناث للإنترنت في السنوات الأخيرة، وإن كانت نسبتهن مازالت أقل من نسبة عدد الذكور.

أما على مستوى مصر، فقد وصل عدد مستخدمي الإنترنت فيها عام ١٩٩٨م إلى ٢٠٠٠٠ مشترك (وكان عدد السكان فيها أكثر من ٦٠ مليون نسمة) متقدمة بذلك جميع الدول الأفريقية، فيما عدا جنوب أفريقيا (والتي هي في عداد الدول المتقدمة) التي وصل عدد مستخدمي الإنترنت فيها عام ١٩٩٨م إلى ٦٠٠٠٠٠ مشترك وعدد السكان فيها ٣٩ مليون نسمة فقط. وتأتي بعد مصر من حيث عدد مستخدمي الإنترنت زمبابوي (١٠٠٠٠٠ مشترك) وعدد السكان فيها لم يتجاوز كثيرا ١١ مليون نسمة، ثم المغرب (٦٠٠٠) وعدد السكان فيها ٢٩,٢ مليون نسمة، وكينيا (٥٠٠٠)، فتونس وموزمبيق (٣٥٠٠)...

أما بالنسبة للدول العربية، فإن الإحصائيات المتوافرة لشهر ديسمبر عام ١٩٩٧م تشير إلى أن مصر جاءت في المرتبة الثالثة من حيث عدد المشتركين في الإنترنت (١٥٢٥٥مشترك)

بصرف النظر عن عدد سكانها مقارنة مثلا بعدد سكان الإمارات التي جاءت في المقدمة (٣٢٢٠١ مشترك)، تليها البحرين والمملكة السعودية (١٦٩٢٣)، ولبنان (١٥٤٠٠)، فمصر، ثم سلطنة عمان (٧٥٩٥)، وقطر (٦٢٨٩)، وتونس (١٧٥٠)، واليمن (٨٨٢).

والإنترنت وسيلة مثلى ومتاحة على مدار ٢٤ساعة يوميا وطوال الأسبوع بدون عطلات، إلا في حالة قطع الكابل سواء في حادث طارئ كما حدث بالنسبة للكابل البحري الموجود في البحر الأبيض المتوسط، أو بالقصد كما حدث في ثورة ٢٥ يناير، عندما قامت السلطات الأمنية بحجب موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك لأسباب سياسية، إلا أن صفحة الفيس بوك قد يتم حجبها لأسباب أخرى[1]

والإنترنت لها وظائف أساسية مثلها مثل أي وسيلة إعلامية أخرى، والتي هي التسلية والثقافة والتعليم، وهي الوظائف الثلاثة التي تنسب لأي وسيلة إعلامية. فالإنترنت يعد نافذة مفتوحة على عشرات الملايين من الصفحات جاهزة للاستخدام الفوري، وتتزايد باستمرار. وفي بداية عام ١٩٩٢م ، قدر عدد المتعاملين مع هذه الشبكة العنكبوتية بحوالي ٣٠ مليون شخص، وذلك للتسلية أو لأنشطة ترتبط بالعمل أو لأغراض تربوية...

ولكن خطورة الإنترنت حيث يستخدم في استقبالها الحاسب الآلي، ترجع إلى أنها في الغالب وسيلة شخصية، ينفرد بها الفرد (Personal Media)، ومن السهولة بحيث يمكن للطفل في المنزل الوصول إليها (ربما أكثر من الكبار). ولكن بعض المضمون الذي يوفره الإنترنت أمام مستخدميه يرعبنا شخصيا. فإلى جانب مشاهد العنف المعروفة للجميع، يشير أحد البحوث إلى وجود ٥٠٠٠٠٠ موقع (Site) تحتوي على مضمون جنسي، بل ويصور عدد كبير من هذه المواقع علاقات جنسية مع الأطفال الذكور. وتزداد هذه المواقع التي يحيل بعضها إلى ٨٠٠ موقع آخر تعرض صورا "مقبولة" بالنسبة لبعض الثقافات، إلى جانب مواقع أخرى مخفية هربا من المتابعة من قِبل الشرطة. ويحضرنا هنا برنامج قُدم في بداية الثمانينيات على شاشة

---

(١) فقد قامت السلطات في أستراليا بحجب صفحة على الفيسبوك بسبب قبول ٢٠ ألف شخص دعوة صاحبة الصفحة لحضور عيد ميلادها، وكانت الفتاة قد نشرت دعوة عامة في صفحتها على الفيس بوك لحضور حفل عيد ميلادها، وكتبت عنوان منزلها حيث سيقام الحفل، وتلقت الفتاة خلال ٢٤ ساعة استجابة من ٢٠ ألف شخص لحضور الحفل، ولكن الشرطة قامت بحجب الموقع. وذكرت وكالة الأنباء الألمانية أن المحقق "تيري دالتون" قال في تصريحات إذاعية: من سيظهر في يوم الحفل في الشارع، لن يجد سوى سيارات الشرطة أمامه.

ومما يذكر هنا أيضا، ان أحد المراهقين دعا عبر الإنترنت لحضور حفل في منزله قبل ثلاثة أعوام مستغلا غياب والديه عن منزله. وحضر هذا الحفل الذي أقيم في إحدى ضواحي مدينة ملبورن ٥٠٠ ضيف أحدثوا جلبة وفوضى عارمة لم يتم السيطرة عليها إلا بعدما تدخلت الشرطة بعديد من قواتها والكلاب البوليسية: http://annabaa.org/nbanews/ ٢٠١١/٠٧/٢٠٨.htm

وكان ابن أختي مصطفى وخطيبته (منذ أقل من سنة) قد وجها دعوة على الفيس بوك لحضور حفل الزفاف، وخشيت من الأزمة التي يمكن أن تحدث، خصوصا وكنت قد قرأت عن فتاة جاءها المئات لحضور عيد ميلادها. ولكن يبدو أن المصريين أذكياء، وفهموا أنها "عزومة مراكبية" ـ كما يقال بالبلدي ـ والحفل أقيم في نادي من نوادي الجيش في طريق السويس أخذنا أكثر من ساعة للوصول إليه، يعني صعب الذهاب إليه بدون سيارة خاصة للعودة بعد انتهاء الحفل. لذلك لم يحضره إلا الأقارب من الدرجة الأولى والثانية وزملاء العروسين والأصدقاء المقربين منهم، بالرغم من أنه ذهب قبل الحفل بيوم لإضافة أنواع أخرى على قائمة الطعام حتى يضمن العشاء لأي شخص قد يحضر، وانتهى الحفل على خير وربنا يسعد الجميع.

التليفزيون الفرنسي عُرض فيه فيلم تسجيلي صوره أحد الأفراد في زيارة سياحية له في إحدى دول جنوب شرق آسيا (مع عدم التحديد)، وقدم فيه صورا لانحراف بعض الأطفال من الذكور والإناث، وتناول فيه موضوع هذا النوع من "السياحة" من أجل ممارسة الجنس مع الأطفال... ومن الجدير بالذكر هنا، أن غداة بث هذا البرنامج، وجدنا في الصحافة المطبوعة ثورة من الرأي العام الفرنسي على مصور الفيلم وعلى موضوع الفيلم، ونادى بعض الفضلاء بأنه كان من الأفضل توجيه الأموال التي تنفق في مثل هذا النوع من السياحة إلى هؤلاء الفقراء من الأطفال الذين يعولون أسرهم في بعض الأحيان...

ولا يقتصر التعامل مع الإنترنت على الاستخدام الشخصي، فقد وصلت نسبة عدد المدارس التي دخلها الإنترنت في الولايات المتحدة الأمريكية عام ١٩٩٤م إلى ٣٥%، ارتفعت إلى ٧٢% عام ١٩٩٧م، كما أفصح بحث أجري في الولايات المتحدة الأمريكية عن أن ٧٣% من المكتبات العامة تمكن المترددين عليها من الدخول في هذه الشبكة...

أما بالنسبة للإنترنت والتعليم في الدول الأوربية، فإن نسبة دخول الإنترنت المدارس قد وصلت في سلوفينيا إلى ٨٠% (٩٠ % في الثانوي و٨٠ % في الابتدائي) مثلما في البلاد المتقدمة جدا. وقد خططت إنجلترا لعام ٢٠٠٢م لكي يعمم الإنترنت في المدارس والجامعات وكل المكتبات وأكبر عدد من المراكز المحلية، هذا ويلاحظ أنه في إنجلترا ٢٠% من المكتبات مزودة بالإنترنت[1]

وقد شهدت قارة آسيا هي أيضا تطورات سريعة بالنسبة لانتشار الإنترنت بها، ففي عام ١٩٩٧م، وصل عدد المدارس الحكومية المزودة بالحاسب الآلي إلى أكثر من ٩٤%، ١٠% منها مزودة بالإنترنت، والذي عمم في كل المدارس في بعض دول آسيا بالوصول إلى عام ٢٠٠٣م. وفي نيوزيلندا، ٨٣% من المدارس الابتدائية مزودة بالإنترنت، وترتفع النسبة إلى ٩٤% بالنسبة للمرحلة الثانوية. أما في أمريكا اللاتينية، فإن الشبكة القومية للإنترنت في شيلي تغطي ١٠٠% من المدارس الثانوية و٥٠% من المدارس الابتدائية.

ويدفعنا الحديث عن الإنترنت إلى الحديث عن مواقع التواصل الاجتماعي، أو بأسلوب آخر، شبكات الاتصال الاجتماعية، الفيس بوك والتويتر وماي سبيس وهاي فايف وغيرها، والتي زاد استخدامها وخصوصا بين الشباب[2]، والتي يستخدمونها لعدة أغراض من أهمها التواصل الاجتماعي عن بعد في عالم افتراضي قد لا يعرفون فيه بعضهم بعضا، والتي كان لها دور بارز في انفجار ثورات شعبية في الوطن العربي، أدت إلى هروب الرئيس التونسي، والإطاحة بالرئيس المصري عن منصبه، ومقتل الرئيس الليبي، وتخلي الرئيس اليمني وتعيين آخر...

وقد أصبحت الشبكات الاجتماعية تشكل أهمية بالغة في حياة كثيرين منا، ومنبرا مفتوحا للتعبير عن الرأي في مختلف دول العالم، حيث لا يتوقف نشاطها فقط عند الربط بين الأصدقاء والأشخاص، إذ توجد شبكات من مهامها تجميع صناع الأعمال، وأصحاب الشركات، والعاملين

---

(١) كثيرون يعرفون أن الإنترنت دخل الجامعات المصرية، وهو متوافر في مكتبات جامعة القاهرة على الأقل، حيث يوجد أيضا نوادي للإنترنت ببعض الكليات مثل كلية الإعلام (أكتوبر ٢٠١٢م).
(٢) للاستزادة، ارجع إلى كتابنا عن ثورة ٢٥ يناير. تحت الطبع.

بها والمثال الأشهر على ذلك، موقع لينكد إن والذي جمع أكثر من ٢٠ مليون مستخدم وأكثر من ١٥٠ حرفة مختلفة، بالرغم من أن البداية كانت على يد طالب أمريكي أنشأ الفيس بوك ليجمع أصدقاء الدراسة، ثم سرعان ما توسع الفيس بوك فشمل ملايين الأفراد على مستوى قارات العالم كله، وإلى جانب الشباب، انضم للفيس بوك أشخاص فوق سن الخمسين، وقد نبهت المفوضية الأوربية بأن الاطفال باتوا أكثر فأكثر على اتصال بشبكات التواصل الاجتماعية على الإنترنت مثل الفيس بوك.

ومن خلال دراسة شملت حوالى ٢٥ الف شاب من ٢٥ دولة اوربية نشرتها بروكسل ، تبين أن ٣٨% من الأطفال بين سن التاسعة و١٢ عاما لديهم حساب خاص على أحد مواقع التواصل الاجتماعية، أما في الفئة العمرية بين ١٣ عاما و١٦ عاما فإن النسبة ترتفع الى ٧٧%، لكن ربع هؤلاء الأشخاص يقولون إن حساباتهم علنية، أي أن الدخول إليها متاح للجميع، وواحد من أصل كل خمسة يكشف عن عنوانه أو رقم هاتفه، وتكثر هذه المخاطر كلما كان السن أصغر؛ فإذا كان ٧٨% ممن تتراوح أعمارهم بين ١٥ و١٦ عاما يقولون إنهم يحسنون حماية بياناتهم الخاصة، فإن هذه النسبة تنخفض إلى ٥٦% في الفئة التي تتراوح أعمارهم بين ١١ و١٢ عاما، وهناك من يدعو كل مواقع التواصل الاجتماعي على الإنترنت إلى التعديل الفوري في حسابات القاصرين، بحيث لا يصبح الاطلاع عليها متاحا إلا للأصدقاء، هذا وقد ذكرت فرانس بريس أن عددا من مواقع التواصل الاجتماعي ومنها الفيس بوك وماي سبايس قد وقعوا في عام ٢٠٠٩م مدونة سلوك تلزم باتخاذ إجراءات لحماية القاصرين، في حين لم يوقع عليها عدد آخر من مواقع الاتصال الاجتماعي.

وقد أظهرت دراسة أمريكية أن لمواقع التواصل الاجتماعي عبر الانترنت منافع ومخاطر على الأطفال، حيث خرجت دراسة التي نشرت في مجلة "بدياتريكس" بأن أكثر من نصف المراهقين يزورون هذه المواقع مثل "الفيس بوك" و"تويتر" مرة على الأقل يوميا، إن لم يكن في أغلب أوقات فراغهم، حيث ذكر ربع المراهقين أنهم يزورون مواقعهم الاجتماعية المفضلة ١٠ مرات أو أكثر يوميا(١). وقد أشارت دراسة في نيوزيلندا شاركوا في إحصاء مدرسي أجري على مستوى البلاد، إلى أن أربعة من كل خمسة من المراهقين الين شاركوا في هذا الإحصاء يمتلكون صفحة على موقع الفيسبوك الإلكتروني للتواصل الاجتماعي(٢).

٥ ـ عدم التوازن في حيازة الأقمار الصناعية

فيما يتعلق بالأقمار الصناعية الخاصة بالاتصال، لم نتحدث كثيرا من قبل عن الوضع غير المتوازن بين دول الشمال ودول الجنوب حيث الفارق كبير بين موقف كل من العالمين، العالم المتقدم والعالم النامي في مجال تكنولوجيا الأقمار الصناعية، حتى لو كان لدى بعض هذه الدول

---

(١) للاستزادة في علاقة الطفل بالإنترنت، ارجع إلى: انشراح الشال وفاطمة شعبان.ـ " منتديات الأطفال والعلاقات الاجتماعية"، في كتاب انشراح الشال.ـ البنية السكانية: دراسة مورفولوچية وإتيمولوچية. دار النهضة العربية، ٢٠١٠م.

(٢) http://annabaa.org/nbanews/ ٢٠١١/٠٧/٢٠٨.htm.

النامية، الهند مثلا وإندونيسيا[1]، أو لدى مجموعة من هذه الدول مثل الدول العربية، أقمار صناعية خاصة بها، فقد تم تصنيع هذه الأقمار وإطلاقها بوساطة آخرين متخصصون في هذه المجالات، والتي مازالت بعيدة جدا عن إمكانياتنا في مصر على سبيل المثال، وهو ما حدث بالنسبة لسلسلة "القمر الصناعي العربي"، والقمر الصناعي المصري الأول والثاني، حتى لو طبل وزمر وزير الإعلام الأسبق صفوت الشريف وقال إن مصر دخلت مصر نادي الفضاء وعالم الأقمار الصناعية بعد أن أصبح لها قمر واحد فقط، فنحن لم نشارك في تصميم القمر، ولا شاركنا في تصنيعه، ولا شاركنا في تصنيع الصاروخ القاذف له، ولم نشارك في إطلاقه، إلا بالذهاب إلى غيانا الفرنسية حيث قاعدة كورو التي أطلق منها القمر الصناعي المصري على الصاروخ الأوربي آريان، وتابع الوزير والوفد المرافق له عملية الإطلاق على الشاشات داخل المبنى المخصص لها في القاعدة، ثم التصفيق عندما تم إطلاق الصاروخ بنجاح...[2]

وهناك دول عربية أخرى لها أقمار صناعية خاصة بها صرفت على تصنيعها وإطلاقها كما فعلت مصر - غير سلسلة القمر الصناعي العربي "عربسات"، والقمر المصري "نايل سات"، وإن اختلفت الأغراض والأهداف بالنسبة لهذه الأقمار، ومن هذه الدول نذكر الإمارات العربية والتي أطلقت أقمار "الثريا" والخاصة بالاتصالات الهاتفية لخدمة التليفون الجوال، الموبايل، والمملكة العربية السعودية، ونحن طبعا لا نتحدث عن تصنيع قمر صناعي بوساطة هذه الدول، فهم مجرد ممولين لتصنيع هذا القمر أو ذاك...

ونود أن نشير هنا إلى أن مصر ، كما هو الحال بالنسبة لدول أخرى كثيرة، كانت قد بدأت تعاملها مع الأقمار الصناعية قبل أن يكون لمصر مثلا أقمارها الخاصة بها والتي تحمل اسم نايل سات. فنحن **نتعامل في مصر مع الأقمار الصناعية ، مثل كثير من الدول منذ النصف الأول من العقد السابع من القرن الماضي**[3]**، وذلك من خلال شبكات عالمية للاتصال، وخصوصا شبكة "إنتلسات"**[4].

٦ - عدم التوازن في عدد النسخ من الصحف والكتب المطبوعة

عدم التوازن بين الدول المتقدمة والدول النامية كان أيضا ملموسا عام ١٩٨٠م بالنسبة لعدد النسخ من الصحف المطبوعة، حيث تتوافر ٥٠٠ نسخة من الصحف لكل ١٠٠٠ نسمة في الدول المتقدمة ، بينما لا يزيد عدد النسخ عن ١٥ نسخة فقط لكل ١٠٠٠ نسمة بالنسبة للدول النامية (والحد الأدنى الذي أقرته يونسكو هو ١٠٠ نسخة لكل ألف نسمة)، وقد يرجع ذلك إلى عدم توافر ورق الطباعة هذا من جانب ، وارتفاع نسبة الأمية في الدول النامية مما يحد من توزيع هذه الصحف من جانب آخر...

---

(١) للاستزادة، ارجع إلى كتابنا : **الأقمار الصناعية والتنمية**: تجربة هندية. مكتبة نهضة الشرق، ١٩٨٨م.
(٢) ارجع إلى كتابنا: وسائل الإعلام في إطار سسيولوجية وقت الفراغ. **مرجع سابق**.
(٣) للاستزادة، ارجع إلى كتابنا: **دولنا النامية في عصر الأقمار الصناعية**. دار الفكر العربي. القاهرة، ١٩٨٠م.
(٤) ارجع لكتابنا: الإعلام الدولي عبر الأقمار الصناعية. **مرجع سابق**.

وبالنسبة لعدد النسخ من الصحف في مصر ، والذي كان ١٤ و١٠ و٩ للسنوات ١٩٧٠م و١٩٧٨م و١٩٧٩ م على التوالي، وبنسبة ٦٠,٤ نسخة لكل ١٠٠٠ نسمة، كانت هذه النسبة ٣٣ نسخة فقط لكل ١٠٠٠ نسمة بالنسبة لإجمالي الدول العربية والتي تضم دول البترول الغنية، وكذلك تتعدى نسبة عدد النسخ في مصر مثيلتها بالنسبة لدول العالم الثالث، إلا أن النسبة كانت أقل بكثير من الحد الأدنى الذي اقترحته يونسكو وهي ١٠٠ نسخة لكل ١٠٠٠ نسمة[١].

ولكن الأرقام المعطاة لعام ١٩٩٥م (ودائما بالنسبة لكل ١٠٠٠ نسمة) تظهر أن بعض الدول العربية قد حققت الحد الأدنى الذي أقرته يونسكو ، وجاء في المراكز الأولى الدول التالية: الكويت (٣٨٧)، وقطر (١٤٦)، والإمارات (١٤٠)، والبحرين (١٢٦)، ولبنان (١١٠). أما بالنسبة للدول التي لم تحقق بعد الحد الأدنى، فمنها دول غنية مثل المملكة العربية السعودية (٥٨)، والجزائر (٥١)، والأردن (٤٧)، ومصر (٣٨)، وتونس (٣٠).

وفي عام ١٩٩٩م، أشارت إحصائيات يونسكو إلى أن عدد الجرائد اليومية والأسبوعية والمجلات قد وصل عددها في بعض دول العالم المتقدم والعالم النامي إلى الأرقام التالية:

في دول نامية				في دول متقدمة			
البرازيل	٨١	مصر	١١	استراليا	٨٠	يوغسلافيا	١٥
باكستان	٢٣	أنجولا	٣	إسبانيا	٣٥	سلوفينيا	١٥
فنزويلا	١٨	بتسوانا	٢	الدنمارك	٢٤	ليتوانيا	٢

أما بالنسبة للكتب، فتشير إحصائيات يونسكو (١٩٩٣م) إلى أن مصر تأتي في مقدمة الدول العربية (المعلن عن وضع الكتاب فيها) وذلك من حيث عدد عناوين الكتب، تليها الجزائر ثم المغرب فالإمارات وبعدها قطر، وكذلك بالنسبة لعدد النسخ المطبوعة، فإن مصر تأتي في المرتبة الأولى وبعدها الإمارات ثم المغرب.

ونذكر القارئ هنا أيضا، بأن بعض الدول النامية في القارات الثلاث، أفريقيا وآسيا وأمريكا الجنوبية، كانت قد وصلت عام ١٩٨٠م إلى الحد الأدنى الذي اقترحته يونسكو لوسائل الإعلام عام ١٩٦١م وذلك بالنسبة لبعض هذه الوسائل على الأقل. إلا أن توزيع وسائل الإعلام في دول هذه القارات الثلاث يستحق الدراسة. فالأرقام التي تقدمها إحصائيات يونسكو تشير إلى أن أمريكا الجنوبية أكثر تقدما في مجال وسائل الإعلام من القارتين أفريقيا وآسيا. ونحن نتساءل هنا عما إذا كان تقدم أمريكا اللاتينية عن قارة أفريقيا وقارة آسيا في هذا المجال يرجع إلى موقع أمريكا الجنوبية الجغرافي بالقرب من الولايات المتحدة الأمريكية المتقدمة إعلاميا الذي نحن بصدد دراسته هنا، أم أن تقدم أمريكا اللاتينية إعلاميا يرجع إلى أن الاحصائيات في هذه القارة أكثر دقة، أو أقل دقة منها في أفريقيا وآسيا؟ أو أنه توجد ربما أسباب أخرى نجهلها قد تكون خلف هذا التوزيع غير المتكافئ لوسائل الإعلام بين القارات النامية الثلاثة؟ ونترك للقارئ فرصة البحث عن هذه الأسباب الأخرى إن وجدت.

---

(١) للاستزادة ارجع إلى الطبعة الأولى من كتابنا: **مدخل في علم الاجتماع الإعلامي**. مكتبة نهضة الشرق، ١٩٨٥م.

بل وتشير الإحصائيات أيضا إلى أن توزيع أجهزة الاستقبال التليفزيوني يتصف بعدم العدالة على مستوى القارة الأمريكية نفسها، حيث يتركز أكبر عدد من أجهزة الاستقبال التليفزيوني في الولايات المتحدة بالمقارنة بعدد الأجهزة في كل من كندا وأمريكا الوسطى وأمريكا الجنوبية.

كذلك يلاحظ عدم وجود عدالة أيضا بالنسبة لتوزيع وسائل الإعلام داخل الدولة الواحدة خصوصا في الدول النامية، حيث إن نسبة المكانين في السينما لكل ١٠٠ نسمة تتركز في المدن، كما أن تحديد خمسة أجهزة راديو لكل ١٠٠ نسمة لا يشير إلى أننا يمكن أن نصل بها إلى كافة المواطنين، حيث إنها تتركز بصفة خاصة هي أيضا في العواصم والمدن الكبرى، وذلك يفقدنا أحد الوسائل المهمة جدا، من وجهة نظرنا، والتي يمكنها أن تساعد في عمليات التنمية في هذه الدول (خصوصا قبل انتشار الفضائيات)، كما يشير هذا من بعيد إلى عدم توازن وعدم عدالة في توزيع وسائل الإعلام داخل الدولة الواحدة، أيا كان نوع هذه الوسيلة أو تلك؛ فمن الطريف أننا لاحظنا يوم ١٢ مارس ونحن في عام ٢٠٠١م وجود إعلان مرفق بجريدة **الأهرام** مع الإشارة إلى أن هذا الإعلان يوزع على المقيمين في القاهرة وحدهم!!

ما سبق يشير إلى أنه بالرغم من وجود تحسن في وضع وسائل الإعلام بوجه عام بالنسبة للدول النامية، وإن كان تحسنا طفيفا، إلا أن هذا يقابله تحسن كبير في وضع وسائل الإعلام في الدول المتقدمة، وهذا معناه أن الفجوة - من وجهة نظرنا على الأقل - تزداد اتساعا في مجال الإعلام بين العالمين، المتقدم والنامي، كما هو الحال بالنسبة لمجالات أخرى، على المستوى الاقتصادي والمستوى الصناعي والمستوى التقني...، خصوصا لو أخذنا في الاعتبار الحاسب الآلي والإنترنت وأجهزة الهاتف المحمول وغير ذلك من وسائل تستحدث باستمرار وتلهث الدول النامية خلفها. ولكن هل يمكن للدول النامية اللحاق بالدول المتقدمة المصدر الرئيسي لهذه التقنيات والأم الشرعي المنتج لها؟؟!!

وبالنسبة لوسائل الإعلام دائما، فإنه من الإحصائيات التي تقدمها يونسكو قد لوحظ أيضا عدم توازن بين الوسائل وبعضها، حيث توجد بالفعل زيادة في أجهزة الإعلام الإليكترونية (راديو وتليفزيون) بالنسبة للدول الأفريقية، إلا أن هذه الزيادة في الوسائل المسموعة والمرئية لا نجدها مثلا بالنسبة لوسائل الإعلام المطبوعة في هذه الدول؛ فقد انخفض عدد الصحف في الدول الإفريقية، كما انخفض أيضا عدد النسخ التي يتم توزيعها، بالرغم من الزيادة المطردة في عدد السكان. ويعزو بعض المهتمين هذا التدهور بخصوص الوسائل المطبوعة في القارة الأفريقية إلى نقص في الورق الخاص بالطباعة(١)، ويشيرون إلى أن ذلك يعوق التنمية في هذه البلاد(٢). ونتوقف قليلا عند هذا الرأي لكي نؤكد على أن ارتفاع نسبة الأمية في الدول النامية بصفة عامة يحد من دور الكلمة المطبوعة في مجالات التنمية، ولذلك لا ينبغي أن نقلق كثيرا بسبب هذا النقص الملموس في الوسائل المطبوعة، وعلينا أن نستعين في مجالات التنمية في دول العالم الثالث بالوسائل الإليكترونية المسموعة والمرئية وخصوصا الراديو والتليفزيون،

---

(١) للاستزادة، ارجع إلينا في: استهلاك ورق الطباعة في عدة دول. في: **علاقة الطفل بالوسائل المطبوعة والإليكترونية**. دار الفكر العربي، ١٩٨٧م.

(٢) Robert ESCARPIT.– **L'écrit et la communication**. PUF, Paris, 1973.

وأي وسيلة أخرى متوافرة من وسائل البث والإعلام والاتصال (سينما وملصقات وصحافة مطبوعة)؛ ولكن المهم هنا هو أن نعرف كيف نستخدم هذه الوسيلة أو تلك لكي نصل إلى الاستفادة من طاقاتها إلى أكبر درجة، وخصوصا عند الحديث عن الاتصال المباشر الشخصي المواجهي (Face to face) الذي لابد من أن يتلازم والاتصال عن طريق وسائل الإعلام الجماهيرية، بل وقد يغنينا أحيانا عن هذه الوسائل الجماهيرية وذلك بالنسبة لحملات التوعية في الدول النامية والتي ترتفع فيها نسبة الأمية.

ثانيا : العوامل التي قد تؤثر في حيازة جهاز تليفزيون

حاول كثيرون الربط بين حيازة جهاز تليفزيون وبين عدة عوامل من أهمها : مستوى دخل الأسرة ، والمستوى الثقافي لرب الأسرة، ومركز رب الأسرة الاجتماعي، بل وديانته(١).

وفي دراستنا هذه، يمكننا أن نجمع في فئتين العوامل التي تؤثر في حيازة جهاز للتليفزيون وهما:

- عوامل جغرافية
- وعوامل اجتماعية

(أ) العوامل الجغرافية التي تؤثر في حيازة جهاز تليفزيون

١ - موقع الدولة في النصف الشمالي أو الجنوبي للكرة الأرضية

تشير الإحصائيات إلى وفرة ملحوظة في عدد أجهزة التليفزيون في دول النصف الشمالي من الكرة الأرضية، وهي في معظمها، إن لم تكن كلها، دول متقدمة صناعيا.

أما دول العالم النامي، والذي يطلق عليها اسم دول الجنوب، أو دول النصف الجنوبي من الكرة الأرضية، فإنها ظلت لسنوات تعاني من نقص في عدد أجهزة التليفزيون، مثلما تعاني من نقص في أي وسيلة أو أجهزة تكنولوچية أو إليكترونية أخرى، وإن اختلفت نسبة هذا النقص من دولة لأخرى.

هذا العامل الجغرافي يمكن أن يكون له مغزى اجتماعي يتعلق بانتماء الدولة إلى نصف الكرة الشمالي (والذي يضم كما ذكرنا دولا صناعية، أو إلى نصف الكرة الجنوبي، أو بأسلوب آخر، انتماء هذه الدولة أو تلك إلى دول العالم المتقدم أو إلى دول العالم النامي، بل شاهدنا قبلا أنه بالنسبة لبعض الوسائل الإليكترونية تختلف نسبة انتشارها جغرافيا بالنسبة للقارة الواحدة، حيث أشرنا مثلا إلى أنه بالنسبة للإنترنت تقل نسبة استخدامه في الدول المطلة على البحر المتوسط في جنوب قارة أوربا عنه بالنسبة لبقية دول القارة الأوربية.

ولنا في الأرقام التي تقدمها الإحصائيات خير دليل على هذا التوزيع غير المتكافئ لأجهزة التليفزيون بين نصف الكرة الأرضية الشمالي ونصفها الجنوبي، كما يشير هذا العامل ضمنا إلى

(١) للاستزادة، ارجع إلى: "البروتستانت، هل هم أكثر تحفظا في تعاملهم مع التليفزيون؟ في كتابنا: علاقة الطفل بالوسائل المطبوعة والإليكترونية. مرجع سابق.

موقع الدولة في إحدى القارات دون غيرها، وقد سبق وتحدثنا عن أجهزة التليفزيون التي تتركز في قارات دون أخرى، حيث تنتشر في أمريكا الشمالية أكثر من انتشارها في أمريكا الجنوبية، وفي أوربا أكثر منها في أفريقيا...

٢ ـ القرب أو البعد من المدن الكبرى

والعامل الجغرافي الثاني الذي يمكن أن يلفت انتباهنا، والذي له أيضا معنى اجتماعي، فإنه يرجع إلى بعد المكان أو قربه من المناطق الحضرية التي يتركز فيها الإعلام بوجه عام. فالملاحظ مثلا، أن أجهزة التليفزيون تتركز في المناطق الحضرية، وخاصة في العواصم والمدن الكبرى، بالقرب من المحطات الرئيسية للإرسال، ويتساوى التليفزيون في هذه الخاصية في الدول المتقدمة وفي الدول النامية. وقد يرجع السبب في ذلك إلى أنه في المدن الكبرى، والتي هي في الغالب قريبة من المحطات الرئيسية للبث أو لمحطات التقوية، وتكون ظروف استقبال الإرسال التليفزيوني ومستوى ونوعية الاستقبال من أكثر من محطة أفضل منه بالنسبة للمناطق النائية والبعيدة عن محطات الإرسال لخصائص في طبيعة انتشار موجات التليفزيون[١]. لذلك، لاحظ مثلا "ليو بوجار" عام ١٩٦٠م أنه في إحدى المدن الأمريكية التي يبلغ تعداد سكانها حوالي ربع مليون نسمة، وصلت كثافة أجهزة التليفزيون فيها إلى أربعة أجهزة لكل خمس أسر، وهي نسبة تفوق المتوسط القومي هناك في العام نفسه[٢].

وقد لاحظ أحد الباحثين الفرنسيين، والذي قام بدراسة ميدانية على إحدى المناطق السكنية في ضواحي مدينة تور بفرنسا، أن حيازة جهاز تليفزيون في المنطقة المدروسة وصلت إلى ٧٥% في العينة المدروسة بفارق له دلالة إحصائية مع الأرقام الرسمية التي أعلنتها الأجهزة المسؤولة في فرنسا، حيث لم تتجاوز الحيازة على مستوى الدولة نسبة ٥٩,٥% بالنسبة لعام ١٩٧٢م الذي أجرى الباحث خلاله دراسته[٣]... هذا الفارق في نسبة الحيازة بين الإحصائيات الرسمية لفرنسا وبين ناتج هذا البحث الميداني (في دولة لا بد من الحصول على ترخيص بالنسبة لحيازة التليفزيون والذي يعني وجود إحصائيات رسمية) [٤]هذا الاختلاف يرجع بالدرجة الأولى إلى أن الباحث قد اختار عينة "منحازة" من سكان إحدى المناطق السكنية فقط، وهي بذلك لا تمثل المجتمع الفرنسي بصفة عامة. إلا أن الباحث قد أرجع هذا الاختلاف عند تحليله إلى أن وسائل الترويح الأخرى قليلة في المنطقة المدروسة، والذي هو من وجهة نظرنا عامل من بين عوامل أخرى قد تكون السبب وراء هذا التباين في النتائج.

---

(١) للاستزادة، ارجع إلى كتابنا: **الإعلام الدولي عبر الأقمار الصناعية**. دار الفكر العربي، القاهرة، الطبعة الثانية، ١٩٨٧م.

(٢) Leo BOGARD.– "The Growth of Television" P. 107-108, in: W. SCHRAMM. – Mass Communication. **OP. Cit**

(٣) Jean-Pierre CORBEAU.– L'impact de certains canaux de communication de mass sur la vie quotidienne d'une population urbaine. **Thèse de 3e Cycle.** Université François Rabelais. Tours, UER des Sciences de I,homme, 1972.

(٤) نظام دفع ضريبة سنويا نظير حيازة التليفزيون كان مطبقا في مصر حتى سنة ١٩٧٣م وكان الجهاز يسجل ويوثق في سجلات رسمية باسم صاحب الجهاز وعنوانه، وقد استخدمنا هذه السجلات في سحب عينة ممثلة للمجتمع استخدمناها في دراسة نشرات أخبار التليفزيون.

وشبيه بالنتيجة السابقة، ما سبق أن ذكرناه في بحث سابق قمنا به عام ١٩٧٦ حيث وجدنا أن بالقاهرة والجيزة وحدهما ما يقرب من ٧٠% من عدد أجهزة التليفزيون(١)، إلا أن هذا الرقم يجب أن نأخذه بعين الحذر حاليا، بعد أن انتشرت أجهزة التليفزيون لأسباب عديدة في القرية المصرية، حيث نرى صعوبة كبيرة الآن في تحديد الرقم الفعلي لأعداد أجهزة التليفزيون في مصر بعد أن صدر قرار بإلغاء الرخص التي كانت مقررة على حيازة أجهزة التليفزيون في مصر حتى عام ١٩٧٣م.

ولكن، ينبغي الإشارة هنا إلى أن التليفزيون، مثله مثل أي وسيلة إعلامية أخرى، يتقدم ويتطور وينتشر في المدن أكثر منه في القرى، وخاصة في العاصمة حيث تتركز في الغالب القوى الثقافية والقوى السياسية والاقتصادية...، وكذلك في المدن الكبرى. ففي زيارة لنا قمنا بها لأسرة في مدينة طنطا في يناير عام ١٩٨٤م، وجدنا لديهم خمسة أجهزة للتليفزيون، ثلاثة منها بالألوان يتراوح حجمها من ١٦ إلى ٢٦ بوصة، وموزعة على غرف المسكن، حيث وضع أكبر جهاز منها (٢٦بوصة) في مدخل الشقة ومعه جهاز فيديو، وجهاز أبيض واسود في غرفة الطعام المتصلة بالمدخل دون باب يفصل بينهما، وبقية الأجهزة موزعة على غرف النوم. هذه الأسرة، والتي تتكون من أب وأم في العقد الرابع، وابن متزوج ويسكن بالقرب من الأسرة، وثلاث بنات، وابن آخر في المرحلة الإعدادية، مشتركة في مكتبة فيديو بطنطا، ويقول الأب إنه يستأجر حوالي ٧٠ فيلما شهريا، فغالبا ما يستأجر فيلمين أو أكثر في اليوم، ويستأجر الشريط بجنيه واحد ولأي مدة، أسبوع أو أكثر أحيانا، لأنه صديق لصاحب مكتبة الفيديو. ومن بين الأفلام التي وجدناها في هذا المنزل في أثناء الزيارة، أفلاما عربية وأخرى أجنبية، ومن بينها الفيلم التليفزيوني "اليوم التالي"، كما وجدنا أيضا فيلم "المشبوه" والذي قاموا بتسجيله من التليفزيون، وفيلم "شاطئ الحظ"، وفيلم "العسكري شعراوي"...

بعد هذه الملاحظة، نعود إلى موضوعنا الرئيسي لنتكلم عن الدراسات التي تناولت موضوع انتشار وسائل الإعلام في المدن، حيث يشير "هرفي بورج" (Hervé BOURGES) في واحد من كتبه، والذي يتناول فيه موضوع تبعية وسائل الإعلام، إلى أنه في المدن الكبرى يزيد اهتمام الطبقة السياسية والإدارية ورجال الأعمال، وخاصة هؤلاء الذين درسوا في الغالب في جامعات أجنبية، والذين يزيد اهتمامهم ببرامج التليفزيون والتي هي من مصادر أجنبية. ويأسف بورج، ونأسف معه، لأن هذا الاهتمام بالبرامج الأجنبية يكون على حساب الثقافة القومية، مما يؤدي إلى ازدواجية في الثقافة داخل الوطن الواحد، وهو يقصد هنا مجتمعات الدول النامية.

ولكن، ما أشار إليه بورج، لا يزيد عن كونه فرضا يحتمل الصواب والخطأ، ونطرحه أمام الباحثين الذين يهمهم موضوع التأثير الثقافي لوسائل الإعلام، والذي لمسته إحدى الباحثات في قرية من قرى المنوفية التي انتشر فيها التليفزيون، حيث وجدت أن اختيار أسماء المواليد في القرية المدروسة يغلب عليه في الفترة الأخيرة الجانب الفني، فأصبحت البنت تسمى منى أو

---

(١) "دلالة نشرات الأخبار..." رسالة ماجستير بكلية الإعلام جامعة القاهرة، ١٩٧٦م، ومنشورة بعنوان: **علاقة سكان القاهرة بنشرات أخبار التليفزيون**. الطباعي العربي، القاهرة، ١٩٨٦م.

هويدا أو نجلاء...، وأصبح الولد يسمى هاني...، بعد أن سادت في فترة سابقة أسماء مثل سعدية أو خديجة أو أحمد، وهذا الفرض الجدير بالدراسة فعلا حاولنا التأكد من صحته في دراستين عند دراسة رسوم الأطفال، إحداهما خاصة بالطفل المصري، والأخرى خاصة بالطفل السعودي(١).

(ب) العوامل التي قد تفسر الانتشار المحدود للتليفزيون في المناطق الريفية في مصر

يمكننا أن نقسم العوامل التي حدّت من انتشار التليفزيون حتى وقت قريب في الريف المصري إلى ثلاث مجموعات، مجموعة منها تتعلق بالوسيلة نفسها وأخرى تتعلق بالفرد، وثالثة تخص بعض الجوانب السسيولوجية

١ ـ العوامل التي تتعلق بجهاز التليفزيون وتؤثر في عدم انتشاره في القرية

تتعدد العوامل التي تتعلق بجهاز التليفزيون والتي قد تؤثر على عدم انتشار هذه الوسيلة في القرى المصرية بالقدر نفسه الذي ينتشر فيه التليفزيون في المدن(٢) ومن هذه العوامل ما يلي:

- عدم وجود الكهرباء أصلا في بعض قرى الريف المصري.
- عدم وصول البث التليفزيوني إلى بعض المناطق النائية.
- تستقبل أجهزة التليفزيون في القرى غالبا عددا محدودا من البرامج، وذلك على قناة واحدة فقط كما هو الحال بالنسبة لبعض القرى في مصر.
- البرامج المستقبلة في الريف قد تكون غير واضحة وعوامل التشويش والشوشرة تلعب دورا مهما في عدم دقة استقبال الرسالة خصوصا مع عدم ثبات التيار الكهربائي وانقطاعه أحيانا كثيرة.
- لأن برامج التليفزيون، والتي يعدها "ذوو الياقات البيضاء" تتحدث وتهتم في الغالب باحتياجات سكان المدن عن اهتمامات رجل القرية والعامل. لذلك ساد لفترة طويلة عزوف الفلاح في مصر، كما في غيرها من الدول، عن امتلاك هذا الجهاز.

---

(١) للاستزادة ، ارجع إلى كتابينا:
- **رسوم الأطفال من منظور إعلامي:** دراسة تحليلية اجتماعية نفسية فنية. دار الفكر العربي، ١٩٩٤م
- و**رسوم الطفل بين المحلية والعالمية**. دار المسافر ، جدة ١٩٩٧م .

(٢) وهي ظاهرة عامة في مصر كما في غيرها من الدول الأخرى. انظر على سبيل المثال:
- Gloria D. FILICIANO.– “Communication and Development in Southeast Asia: 1964-1974”. in: W. SCHRAMM& D. LERNER (Ed.).– **Communication and Change:** The Last Ten Years and the Next. The University Press of Hawaii, USA, 1976.
- Sean MacBRIDE.– **Voix multiples, un seul monde:** Communication et société aujourd’hui

٢ ـ العوامل التي تتعلق بالفرد

بخصوص العوامل التي تتعلق بالفرد والتي تحد من انتشار التليفزيون في الريف المصري، فهي عوامل نفسية وسسيولوچية بالدرجة الأولى وتتعلق بالفرد نفسه. هذه العوامل التي تعوق حيازة جهاز تليفزيون بالنسبة للفلاح التقليدي أهمها:

- أن الفلاح يعرف أن هذا الجهاز ببرامجه من صنع سكان المدينة ومن أجلهم.

- يقف دخل الفلاح حائلا دون التفكير في شراء هذا الجهاز.

- يغادر الفلاح منزله فجرا ومعه في الغالب أسرته ولا يعود للمنزل إلا في المساء، حيث لا يتبقى لديه سوى الوقت اللازم للأكل والراحة لكي يتسنى له القيام مبكرا لاستئناف نشاطه في اليوم التالي.

- مشاهدة برامج التليفزيون في القرية المصرية تتم في أسلوب جماعي، وهذا يعني أن الفلاح ليس مجبرا على شراء هذا الجهاز لمشاهدة برامجه، فهو يستطيع مشاهدتها في القرية سواء في دكان أحد التجار بها أو في نادي القرية أو حتى لدى أحد أقاربه أو جيرانه أو معارفه.

- الفلاح المصري لا يؤمن بالتليفزيون؛ فهو من وجهة نظره ليس سوى تخيلات، مثله مثل السينما، "حكايات غير حقيقية"، كما تقول إحدى المبحوثات في دراسة سابقة لنا. والفلاح في القرية المصرية لا يحب هذه الحكايات التي تخرج غالبا عن الواقع وخاصة إذا كانت تتعلق بعالم آخر، لا يخصه ولا يعنيه، عالم أهل المدن...

ونذكر القارئ هنا، بأن نتائج البحوث التي أجريت على حيازة جهاز الراديو، تشير إلى أن الفلاح في القرية المصرية، كما هو الحال بالنسبة لرجل المدينة، يقبل على شراء جهاز الراديو لكي يسمع القرآن، ولكي يسمع نشرات الأخبار. بل لاحظنا أيضا أن مفتاح تشغيل الراديو لا يدار لدى بعض الأسر سوى في مواعيد ثابتة، ومعروفة جيدا لدى المستمع، وهي مواقيت إذاعة نشرة الأخبار والقرآن الكريم (فالتعرض للراديو هنا تعرض انتقائي). أما الأغاني والمسلسلات الإذاعية في الزاديو، فإن بعض المستمعين في مصر لا يهتمون بها حتى الآن، إلا أن هذا لا ينفي أن بعض المستمعين يقبل على هذا النوع من البرامج، ونعرف منهم من لايزال يدمن الاستماع لمسلسلات الراديو حتى بعد دخول التليفزيون الملون البيت وتعدد المسلسلات فيه.

والملاحظ أيضا أن حيازة جهاز التليفزيون قد ساعدت في تحديد وظيفة جهاز الراديو لدى بعض الأسر التي أصبحت تتعامل مع جهاز الراديو بصورة مختلفة عن تعاملها معه قبل وجود التليفزيون؛ فق أصبح الراديو مخصصا بالدرجة الأولى للاستماع للنشرات الإخبارية والقرآن الكريم، وللبرامج الموجهة بالنسبة لبعض فئات من المغتربين في الخارج. بل هناك بعض الأسر التي أصبحت لا تتعرض لجهاز الراديو إلا في أثناء تنقلاتها في السيارة، أو للاستعانة به في تشغيل شريط مسجل يريدون الاستماع إليه، إلا أن هذا الاستخدام قد اصبح نادرا في القاهرة

على الأقل بالنسبة لهواة الموسيقى والأغاني التي أصبحت متوفرة من خلال البرنامج الموسيقي والإذاعة المتخصصة، وعلى ترددات الإف إم (FM) التي توفر درجة نقاء عالية للصوت...

ونتوقف عند هذا الحد لكي نؤكد على أن هذه النقاط التي أثرناها مازالت تحتاج إلى دراسات، أي أننا نطرحها هنا على أنها فروض لدراسات مقبلة للتحقق من صحتها أو من عدم صحتها، لمعرفة الأسباب الرئيسية التي من أجلها يسارع الفرد لحيازة وسيلة أو أخرى، أو بأسلوب آخر، الأسباب التي تختفي وراء اختيار التعرض للوسيلة، وماذا يفعل الفرد بهذه الوسيلة أو تلك، أو بأسلوب آخر، كيفية تعامل الفرد مع الوسيلة الإعلامية.

فإذا كنا قد ذكرنا سابقا أن الفرد قد يشتري جهاز الراديو للاستماع للقرآن الكريم (بسبب ظروف خاصة بالأسرة أحيانا مثل وفاة فرد منها، أو إلى النشرات الإخبارية (بسبب ظروف خاصة تمر بها الدولة مثلا...)[1]، فإننا نشير هنا إلى أن جميع الدراسات التي أجريت على حيازة التليفزيون في مصر أو في الخارج، قد أثبتت أن الفرد يشتري التليفزيون لمشاهدة المسلسلات، ولشغل أوقات الفراغ، وحتى لا يذهب إلى دور السينما أو المسرح...، إلا أن هذا لا يمنع من أن بعض حائزي التليفزيون قد يذكرون النشرات الإخبارية والبرامج التعليمية والمواد الثقافية والبرامج الدينية على أنها برامج يفضلون متابعتها ويشاهدونها فعلا على الشاشة الصغيرة بنسبة أكبر من مشاهدتهم للمواد الدرامية أو غيرها من البرامج الترويحية التي تستقطب نسبة كبيرة من مشاهدي التليفزيون.

٣ - العوامل السسيولوچية التي قد تؤثر في حيازة جهاز استقبال تليفزيوني

عندما تكلمنا عن العوامل الجغرافية التي تحد من انتشار التليفزيون، أشرنا إلى أن ملكية جهاز تليفزيون في القرية المصرية، كما في غيرها من بعض المناطق الريفية في دول أخرى، يتوقف على عدة عوامل منها: توافر الكهرباء لتشغيل الجهاز، ووضوح الصورة المستقبلة.

وتكلمنا فيما سبق أيضا عن موقف الفلاح المصري تجاه الراديو بوصفه وسيلة تلبي احتياجاته في الاستماع بالإنصات إلى آيات الذكر الحكيم تتلى، وأشرنا أيضا إلى أن الفلاح، وحتى وقت قريب، كان يرفض الراديو بوصفه وسيلة لنشر الأغنية أو لإذاعة التمثيليات والمسلسلات والأفلام أحيانا...، وقد يرجع ذلك إلى أسباب سسيولوچية مشابهة لتلك الأسباب التي قد تؤثر في حيازة، أو في دور، وسيلة أخرى مثل التليفزيون، وأهم هذه الأسباب عامل الدين.

---

(١) في دراسة لنا أجريناها على عينة قوامها ١١٥٧ مفردة من الذكور والإناث، ١٨ سنة فأكثر، من المقيمين في المنطقة الغربية بالمملكة العربية السعودية، وبالرغم من "كراهيتهم" للصورة وللتليفزيون، خرجنا بنتيجة مفادها إقبال العينة على حيازة الأطباق اللاقطة، الدش، لمتابعة الأخبار، وهي حالة فريدة من نوعها، وفسرناها بقلقهم ورغبتهم في متابعة الأخبار، بعد اعتداء العراق على الكويت وتهديد العراق السعودية التي أصابتها بعض صواريخ وبخاصة في العاصمة الرياض.
للاستزادة، ارجع إلى كتابنا: وسائل الإعلام في إطار سسيولوچية وقت الفراغ. **مرجع سابق.**

أ - الدين بوصفه عاملا من العوامل التي قد يكون لها تأثير على حيازة جهاز تليفزيون

قد يعطي بعض الاجتماعيين أهمية كبيرة لعامل الدين الذي ينسبون إليه السبب في عدم انتشار التليفزيون، سواء في ذلك بالنسبة للمناطق الريفية أو بالنسبة لبعض المناطق الحضرية، فإن الدين الذي ننظر إليه على أنه عامل ثقافي وظاهرة اجتماعية، قد قام وما زال يقوم بدور كبير بالنسبة للتعامل مع التليفزيون الذي هو أيضا ظاهرة اجتماعية.

ففي عام ١٩٦٠م، وجد الباحث "ليو بوجار" (Leo BOGARD) أن هناك ثمة علاقة بين الدين وحيازة التليفزيون. فمن خلال دراسته لعينة قوامها ٣٥٥٩ مفردة، وجد بوجار أن حيازة التليفزيون تقل نسبتها بين الأفراد الذين يدينون بالمذهب البروتستانتي أكثر من هؤلاء الذين يدينون بالمذهب الكاثوليكي أو بالدين اليهودي، وذلك بالنسبة لجميع أفراد العينة، دون أي فرق يذكر بين مختلف الطبقات الاجتماعية...، إلا أنه وجد أن درجة الاختلاف تزداد حدة بين أفراد الطبقات العليا...؛ فقد وجد مثلا أن من بين أفراد العينة الذين ينتمون إلى الطبقة الاجتماعية "العليا"، وحيث يقوم الأب بدور قيادي في جماعته، تصل نسبة حيازة التليفزيون بالنسبة لليهود إلى ٨٢%، بينما لم تصل نسبة الحيازة بين البروتستانت ذوي المكانة في العينة نفسها إلا إلى ٣٤% فقط[١].

وقد أرجع الباحث هذا الاختلاف في الحيازة بين البروتستانت وبين غيرهم إلى أن هذا المسيحي البروتستانتي يرفض التليفزيون. ونحن نعترف هنا بأن معلوماتنا عن هذا المذهب المسيحي لا تسمح لنا بالإشارة إلى النص الديني الذي استند إليه بوجار عند تحليله لهذه النتيجة، ومدى الاختلاف في ذلك بين المذهب البروتستانتي والمذهب الكاثوليكي مثلا. إلا أنه من الجدير بالذكر هنا، أن هذا الباحث قد أشار في دراسته إلى أن اختلاف نسبة حيازة التليفزيون بين الأفراد تبعا للدين الذي يدين به رب الأسرة في سبيله إلى التلاشي.

وفي دراسة ميدانية قمنا بها عام ١٩٨٥/٨٤م، ذكرت ثلاث حالات من الأطفال في العينة المدروسة في مصر أنها تدين بالمذهب البروتستانتي[٢]، وأن التليفزيون لم يدخل منزلهم لأن دينهم يمنعهم من مشاهدة التليفزيون[٣]، وظهرت حالات مشابهة في بحث آخر، وهذا جعلنا نركز على هذا الموضوع في دراسة سريعة (Action Research) على عينة محدودة من الأخوة البروتستانت للخروج على الأقل بمؤشرات تصلح للانطلاق منها في دراسات قادمة بإذن الله، ونشرنا نتائج الدراسة الخاصة بالبروتستانت، والتي تدعم النتيجة التي توصل إليها بوجار في ملحق عنوانه في صيغة تساؤل وهو: هل البروتستانت أكثر تحفظا في تعاملهم مع جهاز التليفزيون؟ ونشرناه في واحد من كتبنا[٤].

---

(١) Leo BOGARD.– "The Growth of Television". **Art. Cit.**

(٢) ذكر الأطفال هذه الإجابة عند تبريرهم سبب عدم وجود تليفزيون في البيت.

(٣) **الطفل المصري بين التليفزيون والفيديو والغزو الثقافي.** مكتبة نهضة الشرق، القاهرة، ١٩٨٥م.

(٤) ارجع إلى كتابنا: **علاقة الطفل بالوسائل المطبوعة والإليكترونية.** دار الفكر العربي، ١٩٨٧م.

ولكن، لما كانت دراسة بوجار قد أجريت عام ١٩٦٠م أي بعد سنوات قلائل من بداية التليفزيون في الولايات المتحدة الأمريكية، والدراستان اللتان قمنا نحن بهما كانتا بين عام ١٩٨٤م وعام ١٩٨٧م، يجب علينا أن نشير هنا إلى أن هذه المعطيات والنتائج التي أشارت إليها هذه الدراسات قد تكون مختلفة تماما في الوقت الحالي، بعد أن استقر التليفزيون بوصفه ظاهرة اجتماعية عامة بين كافة الفئات في جميع البلاد، وهو فرض نطرحه بذاته أمام الباحثين للدراسة المتعمقة.

وعند صياغة هذا الفرض، لم ننطلق من فراغ، بل استندنا إلى ما أشار إليه بوجار نفسه من أن هذه الظاهرة في سبيلها إلى الاختفاء، وإلى نتائج دراسة أخرى أجريت في نيو هافن عام ١٩٥٢م، أي قبل سنوات من دراسة بوجار، ووُجد في العينة المدروسة في نيو هافن أن نسبة حيازة التليفزيون بين كل المفردات تقل عن نسبة الحيازة في فئة الكاثوليك. وقد ظهر الاختلاف أيضا في تلك الدراسة بصورة واضحة تبعا للسلم الاجتماعي للأسر المدروسة وخاصة لدى البروتستانت؛ فبينما تشير نتائج تلك الدراسة إلى أن نسبة الحيازة في العينة المدروسة تصل إلى ٨٢% بالنسبة للأسر اليهودية، وإلى ٥٠% فقط بالنسبة للبروتستانت، وكانت نسبة الحيازة لدى الأسر الفقيرة المدروسة ٨١% بالنسبة للكاثوليك، و٦٣% لدى اليهود، و٦١% لدى البروتستانت. فهل كلما انتمى الفرد، أو الأسرة، إلى طبقة اجتماعية أعلى رفض حيازة جهاز تليفزيون؟ بالفعل، هذا ما لمسناه شخصيا لدى بعض الأسر المثقفة في فرنسا. وقد يرجع هذا الرفض بالنسبة للمنتمين إلى هذه الطبقة العليا في تلك المجتمعات إلى وجود وسائل أخرى للثقافة، ووسائل أخرى أكثر إشباعا لحاجاتهم ولقضاء وقت الفراغ بوسيلة ارتضوها لأنفسهم طوال فترة من الزمن قبل ظهور التليفزيون، والذي يطلق بعض المهتمين بالجانب الاجتماعي بالنسبة لتأثيره الثقافي أنها "ثقافة الفقراء"، فهي من وجهة نظرهم ثقافة "الفسيفساء" (Mosaïque) التي لا تغني ولا تشبع.

هذه النتيجة التي توصلنا نحن إليها في مصر ، والتي تؤكد نتائج أبحاث ودراسات في مجتمعات أخرى، في زمن مضى عليه سنوات، يجعلنا نتساءل: هل ما زال هذا الفرض قائما حتى الآن بالنسبة لهذه المجتمعات التي تمت دراستها؟ وهل هو عام بالنسبة لكافة المجتمعات؟

ونذكر القارئ هنا بأنه بالنسبة للعينة المدروسة في نيو هافن، خمسة في المائة فقط من البروتستانت ممن ينتمون إلى طبقة اجتماعية راقية لديهم التليفزيون، بينما تصل النسبة إلى ٦١% لدى البروتستانت الذين ينتمون إلى طبقة متواضعة. فإذا استرجعنا بقية الأرقام خرجنا بالنتيجة التي يعرضها الجدول التالي[١]:

العلاقة بين حيازة جهاز تليفزيون وبين الدين والمستوى الاجتماعي
في مجتمع نيو هافن (عام ١٩٥٢م)

الدين	الحيازة %	
	لدى الأسر الفقيرة	لدى الأسر الغنية

(١) F. O. ISFAHANI.– La television et la famille à Isfahan. Thèse de 3e Cycle. Université de Paris V, 1977.

بروتستانت	٦١	٥
كاثوليك	٨١	٨٢
يهود	٦٣	٧٨

من معطيات الجدول السابق يبرز فرض آخر يمكن طرحه في شكل وفي صيغة تساؤل أيضا، وهو عما إذا كان البروتستانت أكثر تحفظا وأكثر رفضا للتليفزيون، ولكل جديد، وللأفكار المستحدثة...، هذا إذا شئنا التعميم، وإذا كان تحفظهم هذا أكثر حدة منه عنه لدى إخوانهم الكاثوليك والأرثذوكس ولدى اليهود والمسلمين أيضا(١).

وسوف نترك هذا التساؤل لكي يكون نقطة انطلاق لبحوث مستقبلة، خاصة بعد أن أظهرت الدراستان اللتان قمنا بهما في مصر هذا التحفظ تجاه التليفزيون من قبل إخواننا البروتستانت في مصر.

وبعد أن تكلمنا عن موقف كل من اليهود والمسيحيين (كاثوليك وبروتستانت بوجه خاص) إزاء التليفزيون من خلال عرض نتائج دراسات أجريت في المجتمع الأمريكي، بل والمصري أيضا، فماذا يمكن أن نقول فيما يتعلق بموقف المسلمين من التليفزيون؟ هذا إذا كان هناك ما يمكن أن نطلق عليه اسم موقف بطبيعة الحال.

للإجابة عن هذا السؤال، نفتح أولا هلالين (على حد قول إخواننا في شمال أفريقيا) لكي نذكر للقارئ تعليقا لأحد النقاد في مناقشة بعدَ عرض الفيلم المصري "باب الحديد" (إنتاج عام ١٩٥٧م) على شاشة القناة الثالثة للتليفزيون الفرنسي (FR3) يوم الخميس الموافق ٢٤ يونيه عام ١٩٨٢م في برنامج السهرة عن السينما العالمية "Cinéma sans visa"، حيث قال: "إن امرأة المحطة (التي جسدتها هند رسم) متسلطة...، بينما المرأة البرجوازية في الفيلم امرأة محافظة..."، والمشاعر والأحاسيس نفسها وصلتنا بعد ذلك في رسالة من أحد الزملاء، كلين، فرنسي/ألماني، من جامعة "غرونوبل" بفرنسا بعد مشاهدته للفيلم. وهنا يقوم فرض نطرحه ليس فقط فيما يتعلق بالمرأة في مصر، بل وفيما يتعلق بالرجل أيضا وفي كل المجتمعات.

من هذا التعليق، يمكن أن يبرز أحد الفروض القابلة للنقاش، والتي ترتبط بشكل ما بنتائج البحوث التي أجريت في الولايات المتحدة الأمريكية، من أنه كلما انتمى الفرد إلى طبقة اجتماعية أعلى كان أكثر تحفظا، مثلما شاهدنا لدى البروتستانت في مجتمع نيو هافن. فهل

---

(١) إلى جانب الدراسة التي أجراها "ماكس فيبر"، نحيل القارئ أيضا إلى:

- M. GUERNIER.– Tiers-Monde. **Op. Cit.**
- J. E. GOLTHORPE.– **The Sociology of the Third World:** Disparity and Involvement. Cambridge University Press. London, 1975 .
- Wiliam WILDER.– "L'Islam, Other Factors and Malay Dakwardness: Comments on an Argument" P. 267-272, *in*: **Modern Asian Studies,** II, No. 2, 1968.
- Brien K. PARKINSON.– "The Economic Retardation of Malays a rejoinder". P. 267-272 , *in*: **Modern Asian Studies.**

ينطبق ذلك على الصور التي تعكسها وسائل الإعلام؟ وبأسلوب آخر، هل تعكس وسائل الإعلام حقيقة المجتمع...؟ ميدان آخر للبحث نتركه مفتوحا لمن يهتم بالجانب الاجتماعي لوسائل الإعلام، نتركه ونغلق هنا الهلالين لكي نستكمل حديثنا عن المسلمين والتليفزيون، أو حيازتهم للتليفزيون إذا أردنا الدقة في التعبير.

في حدود معلوماتنا، ليست هناك دراسات أخرى في مصر تناولت العلاقة بين الدين وحيازة جهاز للتليفزيون، لا في مصر وحدها، بل وفي غيرها من الدول العربية والإسلامية الأخرى. إلا أننا نشاهد حربا ضارية تشنها الصحافة المصرية ويحمل لواءها شخصيات تدين بالدين الإسلامي، ضد التليفزيون، أو بتعبير أدق، ضد بعض برامج التليفزيون الترويحية، مثل الدراما أو الغناء أو الرقص...، وخاصة أننا نرى أن علماء الدين الإسلامي لا يمتنعون عن الظهور على الشاشة الصغيرة في برامج كثيرة ومتنوعة. ومع المسلسل التليفزيوني "أوان الورد" الذي عرض في شهر رمضان[1]، انضم رجال من الدين المسيحي لعلماء مسلمين في موقف معاد لبعض ما تضمنه هذا المسلسل من أحداث وأفعال وأقوال أغضبت الفئتين، كلا حسب وجهة نظره...

وفي عام ١٩٨٤م ، أي بعد حوالي ربع قرن من دخول التليفزيون مصر، كنا قد فوجئنا بطالبة في الفرقة الأولى بكلية الإعلام تسألنا عن التليفزيون، وهل هو حلال أم حرام...، ولن نذكر هنا رأيها الذي يمكن أن يستشفه القارئ بسهولة من محتوى السؤال، أما رأينا الخاص بهذا الموضوع، فسوف نعرضه صراحة عندما نتحدث عن الدور الوظيفي لوسائل الإعلام، حيث نلتقي في الرأي هنا مع رأي المغفور له بإذن الله، المرحوم فضيلة الشيخ محمد متولي الشعراوي عندما سئل السؤال نفسه، فكان رده بما معناه أن "التليفزيون بوصفه جهازا، فإن مثله مثل السكين بوصفها أداة...، وأن المهم هنا هو في كيفية استخدام كل منهما". بل التليفزيون أيضا مثله مثل القلم، قد يكتب ما يشقي ويتعس الفرد، بل قد يقتل أحيانا وترتكب به بعض الكبائر، وهو نفسه ما نخط به كلمات الله "جل جلاله"، وأوامره، ونواهيه. كذلك فإن التليفزيون مثل النار التي قد تستخدم في الحرق والقتل والتدمير، وتستخدم أيضا في تجهيز الطعام، وفي الإنارة، وللتدفئة، وإعداد قوالب الطوب الأحمر الذي يستخدم في تشييد المنازل...

وإذا كانت هناك بعض أصوات من المسلمين تشكو من أن القيم في برامج التليفزيون الأجنبية تتعارض وقيمنا العربية الإسلامية، وأن الأفكار المستوردة التي قد تختلف وتقاليدنا الاجتماعية وقواعد الدين تشكل خطورة على أطفالنا وشبابنا بل وعلى الكبار أيضا، فإن هذه الأصوات لم تطالب حتى الآن بإلغاء التليفزيون، بالرغم من أنه يوجد في الولايات المتحدة الأمريكية من ينادون بإلغائه ويقدمون حججا تعزز رأيهم، كذلك رأينا أحد المسؤولين في ألمانيا الغربية (قبل انضمام ألمانيا الشرقية إليها) يطالب بوقف البث التليفزيوني لمدة يومين أسبوعيا...، ولم نسمع لا في مصر ولا في غيرها من الدول العربية أو الإسلامية بتشكيل جماعات خصيصا لمعاداة التليفزيون كما هو الحال في دول غربية كثيرة، بل ورأينا الكنيسة في

(١) برامج التليفزيون في شهر رمضان لهذا العام أيضا، ١٤٣٣هـ (٢٠١٢م)، كانت موضع نقد وعدم رضا بالنسبة لكثيرين، وخصوصا بعض القنوات الفضائية، وهذا ليس بخصوص المواد الدرامية فقط وما فيها من بذاءات، بل وبعض برامج نرى أنها تخطت الخطوط الحمراء...

بعض الدول الغربية تهتم فيها بتنبيه جمهورها بنوعية البرامج التي تبث على شاشات التليفزيون والتي يفضل تجنبها...، بينما كل ما تطالب به الأصوات الإسلامية في مصر حتى الآن، هو أن يحسن التليفزيون اختيار الموضوعات، وأن تكون لدى المسؤولين عنه القدرة على رفض ما يتعارض والقيم في المجتمع، إلا حالة فريدة لشاب قبض عليه منذ سنوات أمام مبنى التليفزيون وهو يحمل "جيركن" فيه بنزين، واعترف أنه كان يريد حرق المبنى بما فيه...

وتطالب أيضا هذه الأصوات التي تنتقد التليفزيون باستخدام اللغة العربية الفصحى في وسائل الإعلام، بدلا من هذا الخليط النشاز وغير المتجانس من اللهجات التي قد لا يفهم غالبية الجمهور المستهدف بعضها. ونشير بهذه المناسبة إلى حادث دق ناقوس الخطر محذرا من البرامج التي تبث باللهجات المحلية في إنجلترا وذكره "مارشال ماكلوهان" في واحد من كتبه؛ فقد نشرت الصحف خبرا "ساخنا" يتعلق بالتليفزيون وكان ماكلوهان يتوقع حدوثه وهو: "أذاع التليفزيون البريطاني فيلما باللغة الإنجليزية مع ترجمة مقروءة أسفل الصورة(١)، لأنهم استخدموا في الفيلم بعض المصطلحات والكلمات الدارجة، واستعانوا في الفيلم ببعض اللهجات المحلية"(٢).

ويؤكد ماكلوهان هنا على أن التليفزيون قد ساعد في تدعيم وتعزيز اللهجات (وهو فرض نطرحه لباحث جاد) كما يرى ماكلوهان أن ظهور اللهجات المحلية فجأة، في مناطق لم يكن يستخدم فيها سوى الإنجليزية الرفيعة، حادثا ثقافيا له دلالة، كما يقول إن اللهجات المحلية أصبح من الممكن سماعها في قاعات الدراسة في جامعتي أوكسفورد وكمبريدج، وهما من أعرق الجامعات البريطانية، ولم يعد طلبة هاتين الجامعتين يحاولون الاحتفاظ باللكنة الخاصة الموحدة التي كانت تميز طلبة كل جامعة منهما عن الأخرى وعن بقية المجتمع البريطاني. ويقول ماكلوهان، إن التليفزيون قد ساعد في ظهور اللهجات المحلية وانتشارها، وإنها أصبحت أقوى من هذه اللغة الإنجليزية "المصطنعة" في كلتا الجامعتين والتي سادت فيهما حوالي قرنا من الزمان.

ومن الظواهر التي نسبت إلى تأثير التليفزيون في إنجلترا وتحتاج إلى دراسات متخصصة، نشير هنا إلى الاتهامات التي يوجهها الإنجليز المحافظون إلى التليفزيون وخاصة إلى المسلسلات الأمريكية، والتي يقال إن تأثيرها بدأ يظهر على لغة الحديث الراقي في المجتمع البريطاني(٣)، كذلك الاتهامات التي صبها على التليفزيون الكاتب الصحفي فاروق جويدة في

---

(١) بالنسبة للتليفزيونات العربية، رأينا مثلا التليفزيون اللبناني (LBC) يكتب ترجمة بالعربية في شريط أسفل الصورة للحوار الدائر بين أمهات الفتيات المشتركات في برنامج "ستار أكاديمي" عند زيارتهن لبناتهن، حيث اللهجات المختلفة التونسية والمغربية واللبنانية و...كانت غير مفهومة بالنسبة لبعضهن على الأقل، وأيضا بالنسبة للجمهور المشاهد للبرنامج على مستوى الوطن العربي...

(٢) M. McLUHAN.– **Pour comprendre les media**: Les prolongements techniques de l'homme. (Traduit de l'anglais par Jean PARE, 1968. Tours: Mame, Paris: Seuil. Copyright 1964. Titre original: **Understanding Media.** Mc Graw Hill, New York, Book Company

(٣) Y. BATICLE.– **Message, media, communication:** de Lascaux à l'ordinateur. Magnard Université. Paris, 1973.

شكل تساؤلات[١]، والتي تتردد كثيرا في مصر وفي دول غيرها، وما يتعلل به بعض الشباب من الطلبة الذين وقعوا في شراك المخدرات[٢].

وتأثير وسائل الإعلام على اللغة ليس قاصرا فقط على ما يذاع بالتليفزيون والراديو. فعندما اشتهر فريق "الخنافس" في إنجلترا بدأت لغتهم تظهر في حديث العامة. كذلك انتشرت في مصر أيضا بعض كلمات وجمل رددها بعض ممثلي السينما والمسرح، مثل "همبكة" و"يا أمم" وأحلى من الشرف ما فيش" والتي اشتهر بها توفيق الدقن، و"شرف أمي" لفريد شوقي، و"ياللا باي" لمعالي زايد، و"اعملك قفلة" لماجدة زكي...، كما انتشرت في الخطاب الإعلامي والسياسي في مصر مفردات مثل "أخلاق القرية و"العيب" والتي روجتها وسائل الإعلام المطبوعة والمسموعة في فترة من فترات تاريخنا السياسي...

وقد ظهرت موجة لإحياء اللهجات أو اللغات الإقليمية في فرنسا، بل واهتمت بعض المدارس هناك بتدريس هذه اللهجات، وظهرت الكتب الخاصة بها...، إلا أن ذلك قد أثار حفيظة بعض الفرنسيين الغيورين على وحدة الأمة ومن بينهم مؤلف الكتاب الذي يحمل عنوان "فرنسا مفتتة" (**La France en miettes**) والذي يحذر فيه من خطورة هذه الظاهرة، ونشير هنا إلى أن جامعة "السوربون" في فرنسا تدرس في مدرجاتها اللهجات العربية ومنها اللهجة المصرية.

وتأثير وسائل الإعلام يظهر في مجالات أخرى غير اللغة والحديث، فهناك دراسة قامت بها الزميلة سامية الساعاتي يمكن أن نتوصل من خلالها إلى أن وسائل الإعلام يمكن أن تؤثر في اختيار اسم للمولود، والذي كشفنا عنه في دراستين إحداهما عن أسماء الأطفال في مصر[٣]، والأخرى عن أسماء الأطفال في المملكة العربية السعودية كما ذكرنا من قبل[٤].

أما على مستوى المحاكاة، فقد انتشرت في فترة من الفترات تسريحة شعر فرح ديبا، ثم شعر ديانا، و"بلوفر" الأمير تشارل، وملابس ولي عهد إنجلترا، كذلك كانت قد انتشرت في فترة سابقة تقليد الفتيات لخطوات "مارلين مونرو"، وتسريحة شعرها، وتشذيب الشارب على طريقة "كلارك جيبل"، وحلق شعر الرأس تماما تقليدا للمثل "يول برينر"...

ويشير التيار المحافظ في مصر إلى احتمال أن تكون هناك علاقة سببية بين العنف الذي تعرضه الشاشة الصغيرة والعنف والانفلات الأمني في الشارع المصري، سرقة، واغتصاب... وذلك منذ فترة طويلة. ولذلك، يعارض هذا التيار بشدة بعض البرامج التي يمكن أن تثير المشاهدين وخاصة النشء، لذا نراهم يطالبون بعدم بث المشاهد التي تتضمن عنفا أو إثارة...، وقد عشنا ذلك مع إعلانين عن فيلمين، ولكننا لم نسمعهم يطالبون بإعدام التليفزيون أو عدم بيعه كما حدث في دول غربية. ويمكن أن نربط بخصوص هذا الموضوع أيضا بين اغتيال الرئيس السادات وبين ما نادى به خلفه الرئيس مبارك من خلال الصحافة من ضرورة تقليل مشاهد

---

(١) انظر الملاحق.
(٢) انظر الملاحق.
(٣).رسوم الأطفال من منظور إعلامي. **مرجع سابق.**
(٤) رسوم الطفل بين المحلية والعالمية. **مرجع سابق.**

العنف والإثارة من على شاشة التليفزيون. ويطالب الاتجاه الإسلامي المحافظ أيضا بضرورة أن يعكس مضمون برامج التليفزيون أماني وأفكار المسؤولين في دولة عربية إسلامية تنتمي إلى العالم النامي. ومن خلال ما يكتب في الصحافة المصرية، نستطيع أن نلمس أن الرأي العام المصري يُدين التليفزيون لتجاهله العالم العربي والعالم الإسلامي في برامجه، وقد أثبتت دراسات قمنا بها صحة هذا الفرض.

وانطلاقا من المعطيات السابقة، يمكن لنا الآن أن نصوغ أحد الفروض التي يجب دراستها معمليا للتحقق من صحتها أو عدم صحتها، والذي يربط هنا بين الدين والحيازة: الدين الإسلامي، أو بأسلوب أدق، المسلمون في مصر لا يرفضون ولا يعادون التليفزيون أكثر من أقباط مصر، كل ما في الأمر، أنهم يرفضون بعض البرامج التي قد تتنافى وقيم الدين الإسلامي. أي أن حيازة جهاز تليفزيون في دولة مثل مصر لا تتأثر بعامل الدين مثلما قد تتأثر بعامل سسيولوجي آخر هو الدخل.

ب - الدخل بوصفه عاملا من العوامل التي قد يكون لها تأثير على حيازة جهاز تليفزيون

يربط ولبور شرام بين دخل الفرد وشراء جريدة يومية. ويعطي شرام لذلك مثلا العامل في ولاية كاليفورنيا الذي يستطيع شراء خمسين نسخة من أربعين صفحة بما يكسبه هذا العامل من عمله خلال ساعة، بينما العامل في إندونيسيا مثلا لا يستطيع أن يشتري بما يكسبه في ساعة سوى سبع نسخ فقط من جريدة لا تتعدى صفحاتها أربع صفحات[1].

أما بالنسبة للتليفزيون، فقد لمسنا شخصيا ومن نتائج عديد من الدراسات مدى الفارق الكبير بين ما هو قائم في الدول الصناعية المتقدمة وبين الواقع في الدول النامية؛ فإذا كنا قد تغاضينا عن الفارق التكنولوجي الذي قد يكون له هو أيضا أثره في سوء توزيع أجهزة التليفزيون بين العالمين، العالم المتقدم والعالم النامي، وإذا نظرنا فقط إلى دخل الفرد بوصفه قوة شرائية أو على أنه عامل له تأثيره على حيازة جهاز تليفزيوني، يمكننا أن نلاحظ مثلا أن الحد الأدنى لأجر العامل في فرنسا، وهو أقل دخل للفرد العادي في حالة البطالة، يكفي لشراء جهازين للتليفزيون (أبيض واسود) من الحجم المتوسط.

أما بالنسبة لمصر، ولن نتكلم هنا عن الحد الأدنى للأجور الذي نعرفه جميعا، بل نذكر فقط كمثال "متحيز" المرتب الأساسي لخريج الجامعة، فإن هذا الخريج يحتاج لمرتب عدة شهور لشراء جهاز تليفزيون. وقد يكون ارتفاع سعر الجهاز بالنسبة للدخل سببا في تأخر انتشار التليفزيون في الدول النامية حيث الدخل محدود جدا وجهاز التليفزيون مرتفع الثمن. لذلك تشكل حيازة التليفزيون في الدول النامية بصفة عامة عبئا حقيقيا نلمسه بالنسبة لبعض الدخول في مصر. وهذا يؤدي بنا إلى التأكيد على أن التليفزيون قد انتشر في مصر أول ما انتشر بين أفراد الطبقة القادرة ماديا.

---

(1) W. SCHRAMM.– Mass Media. Op. Cit.

وفي الدول المتقدمة، حيث يرتفع دخل الفرد، لا تشكل حيازة جهاز التليفزيون أي مشكلة مادية، ولنأخذ هنا بلجيكا على سبيل المثال، حيث لاحظ "توفيرون" (THOVERON) خلال دراسة له أن هذا الجهاز لم ينتشر في العينة التي قام بدراستها بين الأسر ذات الدخول المرتفعة، ولكنه انتشر لدى الأسر المتوسطة(١).

وفي فرنسا، حصل "كوربو" (CORBEAU) على النتائج نفسها التي حصل عليها توفيرون عندما وجد أن نسبة حيازة التليفزيون ترتفع لدى الأسر المتوسطة (فنيون وموظفون...)، أما الأسر الفقيرة في عينة كوربو، فقد وجد الباحث أنها لا تمتلك جهاز التليفزيون "لعدم توفر القدرة المالية اللازمة لشرائه" كما يقول الباحث(٢).

وهنا يمكن أن نطرح فرضا جديرا بالدراسة فحواه أنه إذا ما توافر المال لدى الأسر الفقيرة التي ليس لديها تليفزيون فإنها قد تفضل شراء شيء آخر، أو جهاز آخر، أكثر أهمية من وجهة نظرها من التليفزيون.

ونستند في الفرض السابق على دراسة كان قد قام بها مجموعة من الباحثين، وكان من بين نتائجها أن ٦٨% من الأفراد الذين يترددون على نوادي مشاهدة التليفزيون يتمنون أن يكون لديهم جهاز تليفزيون في المنزل، إلا أنه ليس الجهاز الذي يودون الحصول عليه فورا، علما بأن توفيرون قد وجد (خلال دراسته التي قام بها عام ١٩٦٦م في بلجيكا)، أن التليفزيون ينتشر بصورة أسرع من باقي الأجهزة الأخرى، وأن نسبة انتشاره قد فاقت انتشار الأجهزة الكهربائية الحديثة لدى العينة المدروسة.

وفي عينة "دومازيدييه" (DUMAZEDIER) وزملائه والتي سبق الإشارة إليها، احتل التليفزيون في ميزانية الأسرة البند الكلاسيكي (الفئة المفتوحة) مصروفات أخرى، وتشمل هذه الفئة النثريات والمصروفات الخاصة بالترويح وقضاء وقت الفراغ، والمعروف أن هذا البند يخضع لقانون سنّه الاقتصاديون منذ فترة طويلة مفاده أن هذا البند في ميزانية الأسرة لا يُطرق إلا بعد استكمال البنود الأساسية، مأكل، وملبس، ومسكن، وعلاج.

ت ـ عوامل أخرى قد تؤثر في حيازة جهاز تليفزيون

إذا كانت البحوث التي ذكرنا بعض نتائجها تشير إلى أن حيازة التليفزيون تقل بين الطبقات الدنيا لأنها تفتقر إلى المال اللازم لشرائه، فإننا قد لاحظنا أيضا في عينة كوربو أن حيازة جهاز التليفزيون تقل لدى الطبقات الغنية(٣)، وقد يرجع ذلك إلى مقاومة هذه الفئة الغنية لوجود التليفزيون في المنزل ...، لأن مستواهم الثقافي (المرتفع في الغالب) قد يرى في التليفزيون ثقافة جماهيرية سطحية لا تتلاءم ومستواهم "الرفيع". أو قد يفسر هذا الموقف بأن هؤلاء المثقفين يخشون أن يؤثر التليفزيون على المستوى الثقافي والدراسي لأبنائهم.

---

(١) Gabriel THOVERON.– **Radio et Télévision dans la vie quotidienne.** Centre d'études des techniques de diffusion collective: Editions de l'Institut de Sociologie. Université Libre de Bruxelles, 1971.

(٢) CORBEAU. – L'impact … , **Op. Cit.**

(٣) CORBEAU, **Op. Cit.**

أما "كنزبورج" (KINGSBURG)[1]، فإنه يُرجع مقاومة المثقفين للتليفزيون إلى المناخ الثقافي للأسرة والذي يغلب عليه طابع الحوار والمناقشة، والذي تسود فيه قراءة الكتب والصحف ذات المستوى الرفيع...، وهذا قد يعني أن هذه الفئة في المجتمع لا تريد أن تغير أسلوبها الذي تعودت عليه سنوات في تمضية وقت الفراغ، في المسرح، والقراءة، وتبادل الزيارات، والذهاب إلى النادي ...[2].

باختصار، يمكن القول هنا بأن "الأغنياء" لديهم وسائلهم الخاصة بهم للثقافة وللإعلام ولقضاء وقت الفراغ، ولا يودون التنازل عنها بسهولة من أجل التليفزيون. فهم يعتقدون أن الثقافة "الشعبية" التي يعرضها التليفزيون لا تتلاءم مع مستواهم، وأن وجود التليفزيون في المنزل سوف يؤثر على ثقافتهم، وسوف يغير من عاداتهم...، والذي يؤكد ذلك أننا قد لاحظنا من خلال بحوث عديدة في دول مختلفة أن هناك قاعدة عامة تحكم التعرض للتليفزيون، هي أنه كلما ارتفع المستوى الثقافي للفرد قلت فترة مشاهدته للتليفزيون، بل إن الفرد قد يرفض فكرة اقتناء هذا الجهاز كما لمسنا ذلك بأنفسنا في فرنسا عام ١٩٨٤م بعد عشرات من عمر التليفزيون هناك، وقد يكونون على صواب في تفكيرهم؛ فقد لاحظنا من تجربتنا الشخصية أنه مع اختفاء التليفزيون من المنزل لسبب أو لآخر، يزيد الإقبال على قراءة الكتب وعلى الوسائل الأخرى، أجهزة التسجيل والاسطوانات والتردد على المكتبات...

وبالرغم من كل ما سبق ذكره، فلا يمكن إنكار أن الأغنياء كانوا أول من اشترى جهاز التليفزيون في فرنسا. ففي بداية الخمسينيات، كان التليفزيون ما يزال من الكماليات، ولم يكن موجودا سوى لدى بعض ذوي الجاه من الأثرياء الذين كان في استطاعتهم أن يدفعوا ١٠٠٠٠٠ فرنك في ذلك التاريخ (وهو عُشر الفرنك الفرنسي قبل توحيد العملة) مقابل ساعات قليلة فقط من البرامج؛ ففي عام ١٩٤٧م، كان التليفزيون الفرنسي يبث برامجه خلال ١٢ ساعة فقط في أيام العمل الأسبوعية، ولا شيء إطلاقا يومي السبت والأحد[3].

إلا أن احتكار الأغنياء للتليفزيون لم يدم طويلا مثل احتكارهم أشياء أخرى كثيرة (السيارات مثلا...). وقد لاحظ الباحث توفيرون أن اقتناء جهاز التليفزيون في بلجيكا لم يأخذ الطريق المعتاد بالنسبة لمعظم الأجهزة والمعدات الأخرى: من الأغنياء أولا إلى الفقراء مرورا بالطبقة الوسطى، بل ظهر في عينته المدروسة أن التليفزيون قد انتشر بين كافة المستويات الاجتماعية بصورة غير مألوفة بالنسبة لباقي الأجهزة الكهربائية الأخرى؛ فقد انتشر التليفزيون بصورة أسرع لدى العمال أولا، ثم الطبقة البورجوازية، تليها طبقة الفلاحين. وقد يرجع تأخر الفلاحين في حيازة جهاز التليفزيون إلى أسباب تتعلق أكثر بالإرسال التليفزيوني والتي سبق الحديث عنها بالتفصيل. ولقد أثبتت البحوث في بلجيكا بشكل قاطع أن التليفزيون قد انتشر هناك بين الطبقات الشعبية أكثر من غيرها من الطبقات. ولذلك يسود الاعتقاد لدى بعض الباحثين في

---

(١) KINGSBURG, **Op. Cit.**

(٢) **Idem.**

(٣) Nadine TOUSSAINT, *in*: Francis BALLE & Jean G. PADIOLEAU.– **Sociologie de l'information:**Textes fondamentaux. Larousse Université, Coll. Sciences Humaines et Sociales. Paris, 1973.

بلجيكا بوجه خاص ، أن العمال يشكلون أكبر فئة في جمهور التليفزيون ، والجدول التالي يوضح العلاقة بين المستوى التعليمي ومشاهدة التليفزيون في فرنسا [١].

المستوى التعليمي ومشاهدة التليفزيون في فرنسا

المستوى التعليمي	المشاهدة				%
	يشاهده يوميا%	يشاهده مرة أو مرتين أسبوعيا%	يشاهده نادرا%	لا يشاهده إطلاقا%	
بدون شهادات	٧٨,٨	٨,٢	٤,٦	٨,٤	١٠٠
الابتدائية	٧٨,٩	١١,٣	٤,٣	٥,٥	١٠٠
الإعدادية وما في مستواها	٦٦,١	٢٠,٢	٧,١	٦,٦	١٠٠
الثانوية ودراسات عليا	٦٠,٦	١٨,٨	١٣,٥	٧,١	١٠٠

تأصيلا على ما سبق ذكره، يمكن القول بأن الدخل المتواضع ليس السبب الوحيد الذي يختفي وراء عدم شراء التليفزيون. فمن خلال الدراسة التي أجريت على عينة من "شارلوروا" (Charleroi) في بلجيكا، خرج الباحث توفيرون بالنتائج التي يعرضها الجدول التالي[٢].

أسباب عدم شراء التليفزيون في بلجيكا

الترتيب	الأسباب	نسبة ترديدها %
١	أسباب اقتصادية بالدرجة الأولى	٢٨,١
٢	عدم الاهتمام أساسا بالتليفزيون	١٦,٣
٣	وجود أطفال بالمنزل	١٥,١
٤	كبر السن	٩,١
٥	رفض التليفزيون لأنه عادة يمكن أن يصبح الفرد أسيرا لها	٦,٤
٦	عدم الرغبة في تغيير مواعيد النوم والاستيقاظ	٢,٧
٧	هبوط مستوى البرامج	١,٦
٨	انتظار التليفزيون الملون	١,٦

من الجدول السابق يتضح لنا أن العامل الاقتصادي يشكل أكبر الأسباب وراء عدم شراء التليفزيون في العينة المدروسة في بلجيكا حيث تردد ذلك بنسبة ٢٨,١% ، أما بقية الأسباب فإنه يمكن تصنيفها في فئتين:

١ - **أسباب تتعلق بالتليفزيون بوصفه جهازا وبالبرامج التي يمكن ألا تثير رغبة لدى الفرد لاقتناء هذا الجهاز**، وهي بالترتيب الأسباب رقم ٢ و ٤ و ٧ و ٨ في الجدول السابق، والتي تشكل مجتمعة نسبة٢٨,٥%، وكم كان سيصبح مفيدا لو عرفنا مثلا إذا كان هؤلاء الأفراد قد بنوا أحكامهم واتخذوا هذا الموقف بعد مشاهدة التليفزيون وبرامجه فعلا لمعرفة مدى صدق هذه الإجابات.

---

(١) Anne-Marie LAULAN.– **Cinéma et public.** Retz, CEPL. Paris, 1978.
(٢) THOVERON, **Op. Cit.**

٢ ـ أما الفئة الأخرى، فهي تضم الأسباب التي تهمنا أكثر في موضوع الاجتماع الإعلامي، وهي الأسباب التي تحمل الأرقام ٣ و ٥ و٦ في الجدول السابق، وهي تشكل نسبة ٢٤,٢%، أي ما يعادل ٣٠ % من الأسباب المطروحة، وهذه الأسباب هي التي تتعلق بالتأثير المتوقع للتليفزيون.

ومن بيانات الجدول السابق إذن، يتضح لنا أنه بالإضافة إلى الأسباب الاقتصادية التي تشكل ٢٨.١% من أسباب عدم شراء التليفزيون (٣٢% بالنسبة لعينة من "بوريناج" Borinage في بلجيكا) ، هناك نسبة ٣٠% لعوامل تتعلق بخوف المبحوثين من الشاشة الصغيرة على النحو التالي:

ـ يوجد أطفال في المنزل ، وكأن التليفزيون سوف يفترسهم أو سوف يفسدهم.

ـ رفض الخضوع لعادة يصبح المشاهد بسببها أسيرا لها (وقد ترددت بنسبة ٦,٤% من بين ٢٤,٢%). وهذا السبب ليس جديدا علينا نحن المهتمين بموضوعات ترتبط بعلم الاجتماع، فالخوف موجود من كل جديد، فقد شاهدنا أيضا بعض الأفراد يرفضون فكرة الإنجاب، أي أننا يمكن أن نتكلم هنا عن رفض تغيير نمط وأسلوب، ومقاومة كل ما من شأنه أن يؤثر في الحياة العادية. هذه المقاومة، وهذا الرفض، نلمسه واضحا في الجدول السابق في الفئة رقم "٦" والخاصة بعدم الرغبة في النوم أو الاستيقاظ في ساعة متأخرة، أي رفض تغيير رتابة الحياة بعاداتها التي ألفها الفرد. وقد يكون من الضروري الإشارة هنا إلى أن دخول التليفزيون المنزل قد يغير نمط الحياة فيه، من ناحية مواعيد النوم وبالتالي مواعيد الاستيقاظ، وكذلك مواعيد تناول الوجبات الرئيسية، والحوار بين أفراد الأسرة...

وهناك من يذهب إلى تفسير هذا الموقف المعادي للتليفزيون، والذي سوف نراه في مبحث قادم بالنسبة للإنترنت في فرنسا، فيفسرونه بأن هؤلاء الأفراد يتصورون أن التليفزيون سيحطم حياتهم ويفسد أبناءهم، ويعتبرونه شيطانا رجيما[١]، وأنه عندما يحتل التليفزيون مكانه في المنزل سيصبح السيد المسيطر، ويصبح الجميع عبيدا له. وقد لمسنا ذلك في إجابات عينة شارلروا، وظهر ذلك أيضا في دراسة أجريت على عينة أخرى اختيرت من بوريناج، حيث ذكر ١٨% من بين هؤلاء الذين لم يقتنوا التليفزيون أنهم لا يرغبون في شراء هذا الجهاز. وقد برروا عدم رغبتهم في حيازة التليفزيون بأن هذا الجهاز سوف يؤثر على تأدية أبنائهم لواجباتهم المدرسية في المنزل. وقد ذكر خمسة% من هذه العينة أن وجود التليفزيون في المنزل سوف يؤدي إلى عدم انتظامهم في تأدية عملهم بقيامهم من النوم في ساعة متأخرة، وينظر هؤلاء إلى مشاهدة التليفزيون على أنها "عملية شاقة ومتعبة"[٢].

وتظهر هذه الجماعات المعادية للتليفزيون التي شاهدناها في فرنسا وبلجيكا في دول أخرى، ولكن بصور قد يكون مختلفة.

---

(١) Régis DEBRAY, Cit. in :Patrick BOYER.– **Les journalistes sont-ils des assassins ?** Hachette-Littérature. Paris, 1980.

(٢) LISMONDE.– **Loisir Borinage.** Paraphrasé in: THOVERON. **Op. Cit.**

ففي الـولايات المتحـدة الأمريكيـة مثلا، نشـر البـاحث "جيرى مانـدر"(J. MANDER) كتابا ضمنه أربعة أسباب من أجلها يجب إلغاء التليفزيون(١).

وفي المانيا الاتحادية (قبل انضمام المانيا الشرقية معها)، صدرت الصحف في أكتوبر عام ١٩٧٩م تحمل العناوين الخاصة بتشكيل "**ناد خاص لأعداء التليفزيون**" والذي كان قد تأسس عام ١٩٧٨م(٢). ولقد ذكر "بول هولر" (Paul HOLLER) مؤسس هذا النادي أن الخلافات في بيته قبل "وأد" التليفزيون كانت مستمرة بسبب اختيار البرامج. ولحسم هذه المشكلة، كان عليه أن يشتري ثلاثة أجهزة للتليفزيون لكي يرضي رغبات أفراد أسرته. ومن الجدير بالذكر هنا، أن هذا النادي الخاص بأعداء التليفزيون، وكما هو الحال بالنسبة لأي ناد آخر، يقوم الأعضاء فيه بتسديد اشتراك سنوي، وهو هنا يعادل قيمة الضريبة السنوية المفروضة على أجهزة الاستقبال التليفزيوني هناك.

وهذه الصورة التي تمثل الرفض التام للتليفزيون، تقابلها صورة الإدمان لمشاهدة الشاشة الصغيرة، هذا ويتصور كل من الفريقين، أعداء التليفزيون (Téléphobes) وأصدقاء التليفزيون (Téléphiles)، أن التليفزيون قادر على فعل كل شيء: الخبيث والطيب(٣).

وفي بحث آخر قامت به جامعة "روتجرز" (Rutgers) بالاشتراك مع شبكة "سي بي إس" (CBS) في نيوجرسي بأمريكا، وجد الباحثون أن أول من اقتنى التليفزيون في العينة المدروسة يدخلون في الفئة التي تضم الأغنياء من ذوي الأملاك والمهنيين (٤٥%)، والموظفين، والعمال المتخصصين (٣٦%)، والعمال غير المهرة وأنصاف المتخصصين (١٩%)(٤).

وعلى عينة قوامها ٢٠٢ من الكبار في أمريكا، أثبتت الدراسة عدم وجود أي اختلاف بين الأفراد الذين لديهم تليفزيون وبين الآخرين، سواء من حيث النشاط الاجتماعي الذي يقوم به كل منهم أو من حيث الدخل(٥)، هذا ولقد أثبتت دراسات عديدة عدم ارتباط ملكية التليفزيون بالمستوى الاجتماعي، بل بالعكس، وجدت "نيكول دلربيل"(٦) أن نسبة حيازة التليفزيون مرتفعة لدى أسر العمال بالمقارنة بالفئات الأخرى، وقد سبق لنا الإشارة إلى هذه النتيجة.

وكما سبق لنا القول، أثبتت إحدى الدراسات الأمريكية أن هناك ارتباطا بين مركز رب الأسرة الاجتماعي وبين شراء التليفزيون، وأشارت الدراسة نفسها أيضا إلى ارتباط بين الحيازة عندما تكون المرأة شابة ومتزوجة وتعمل بالخارج وعلى درجة من التعليم، بينما في عينة دلربيل (كلما ارتفع المستوى التعليمي يقل وجود التليفزيون).

---

(١) Jerry MANDER.– **Four Arguments for the Elimination of Television.** Morrow. New York, 1978.

(٢) **Presse Allemande** du 16 octobre 1979.

(٣) **Presse Actualité,** Février, 1973.

(٤) Leo BOGAD, **Op. Cit.**

(٥) **Idem.**

(٦) Nicole DELRUELLE-VOSSWINKL.– "Télévision et famille en milieu urbain". in: **Etudes de radio-télévision.** R.T.B. No. 13. Bruxelles

كما ثبت من الدراسات الأمريكية أيضا أن الأسر التي لديها تليفزيون تمتلك في الغالب سيارة، كما تمتلك المنزل الذي تقيم فيه. ولقد باحت هذه الدراسات أيضا بأن نسبة حيازة البيض للتليفزيون في أمريكا أكثر من نسبة حيازة الزنوج لهذا الجهاز، وذلك قد يرجع إلى أن الزنوج تسكن في الغالب مناطق ريفية ومواردهم للرزق محدودة.

وأشارت الدراسات أيضا إلى أن الأسر التي لديها تليفزيون يوجد فيها أطفال تحت سن ١٨ سنة، بل إن اقتناء جهاز تليفزيون يتم أحيانا تحت ضغط من هؤلاء الصغار. ولم تختلف هذه النتائج عن نتائج دراسة أجريت على عينة في إيران، حيث أشارت الدراسة الإيرانية إلى أن شراء التليفزيون قد تم لدى ٤٤ % من العينة المدروسة في إيران تحت تأثير وضغط من الصغار تحت ١٨ سنة[١].

هذا الحديث قد يدعونا للإشارة إلى نقطة مهمة من وجهة النظر السسيولوجية والخاصة باتخاذ قرار الشراء في المنزل، وهو أحد العوامل التي يمكن أن نفهم على ضوئها نوعا من العلاقات الاجتماعية داخل الأسرة، أو كما يقول الفرنسيون "تحديد من صاحب الكلمة في البيت؟"[٢] (Qui porte le pantalon?)

فكما أشرنا فيما سبق ، أثبتت الدراسات التي أجريت في أمريكا وفي إيران إلى أن الصغار تحت ١٨ سنة هي التي تتخذ في الغالب القرار الخاص بشراء جهاز التليفزيون في المنزل . وفي بلجيكا ، سألت "نيكول دلربيل الأطفال أقل من ١٤ سنة في الأسر التي ليس لديها تليفزيون عما إذا كانوا يرغبون في وجود تليفزيون في المنزل، وكانت الردود بنسبة ٣٠,٧% بالإيجاب، إلا أن هذه النسبة تصل إلى ٦٠,٢% لدي الأطفال من ١٤ إلى ١٨ سنة. ويبدو أن الأطفال الذين يذهبون إلى المدارس هم الذين يمارسون الضغوط على الأسرة لشراء التليفزيون لكي لا يكونوا أقل من زملائهم في المدرسة، هذا وكانت "هيملويت" وزملاؤها[٣] قد توصلوا في بداية الستينيات في عينة مدروسة في إنجلترا إلى وجود فارق بين أطفال المرحلة الابتدائية ممن لديهم تليفزيون عن أقرانهم ممن ليس لديهم هذا الجهاز في المنزل وسوف نتناول هذا بشيء من التفصيل فيما بعد.

فعند مقارنة النتائج التي توصلت إليها "نيكول دلربيل" بنتائج بحوث أجريت في دول أخرى عديدة[٤]، نجد أنها نتيجة عامة في كافة المجتمعات. إذ إنه بالرغم من ارتفاع ثمن الجهاز

---

(١) Azar Mahouti MAHDAVI.– La télévision à Téhéran: Contribution à la sociologie du loisir. **Thèse de 3e Cycle.** Université de Paris VII, 1977.

(٢) حاولنا الكشف عن هذه العلاقات في دراسات عديدة لنا، وخصوصا بالنسبة لحيازة الدِش، في مصر وفي دول عربية أخرى . انظر على سبيل المثال:
- بث وافد على شاشات التليفزيون. **مرجع سابق.**
- وسائل الإعلام في إطار سسيولوجية وقت الفراغ. **مرجع سابق.**

(٣) Hilda HIMMELWEIT& als. **Television and Child.** Oxford University. London and New York, 1958.

(٤) Assadollah NOWROOZI.– "Mass media et développement national en Iran: Etude prospective". **Thèse de doctorat d'Etat en Lettres et Science Humaines.** Université René Descartes. Sorbonne. Paris V, 1977.

نسبيا للفئة متوسطة الدخل في بعض الدول، إلا أن انتشاره لم يكن حكرا على الطبقات الغنية، التي استأثرت بعد ذلك، ولفترة، بالتليفزيون الملون، ثم بجهاز الفيديو، ثم بكاميرا الفيديو، والتليفون السلكي، والدش، والتليفون الجوال (Mobile)، وأخيرا الحاسب الآلي ثم الإنترنت...

المبحث الرابع
دراسة فسيولوجية لوسائل الإعلام

في المبحث السابق، ومن وجهة نظر اجتماعية/ نفسية، عرفنا أن الدور الوظيفي لوسائل الإعلام يقوم على محورين أساسيين وهما:

١ ـ الأسباب التي من أجلها يقبل الفرد لحيازة وسيلة أو أخرى.
٢ ـ ماذا يفعل الفرد فعلا بهذه الوسيلة أو تلك بعد دخولها حياته، حيث قد يختلف الاستخدام الفعلي للوسيلة والأسباب التي كانت وراء حيازة الفرد لها، وطرحنا بعض فروض لدراستها في بحوث مستقلة للتحقق من صحتها أو من عدم صحتها.

وذكرنا فيما سبق أيضا، أن وسائل الإعلام قد يكون لها وظائف غير مرغوب فيها أساسا ولم يقصدها القائم بالاتصال، وضربنا لذلك مثلا الأحداث التي وقعت في الولايات المتحدة الأمريكية عقب بث فيلم "اليوم التالي" على شاشة إحدى الشبكات الأمريكية وبرنامج أذيع على موجات إذاعة صوت العرب في الستينيات (وسوف نتحدث عنهما في السطور التالية)...

وفي هذا المبحث، نقدم عرضا سريعا لبعض الدراسات الخاصة بتأثير وسائل الإعلام، وبعض النظريات الخاصة بالتأثير، وأهم ما توصلنا إليه من نتائج في دراسات سابقة بخصوص التأثير الذي نسب إلى التليفزيون والدش.

وكلمة "دش" (Dish)، والتي تعني طبقا أو صحنا باللغة الإنجليزية، هذه الكلمة تطلق على هذا الجهاز الذي نراه فوق الأسطح وعلى النوافذ وفي الشرفات... والذي يستخدم في التقاط البث الوافد عبر الأقمار الصناعية.

وقد ترجم الزميل السوري أديب خضور كلمة دش بمصطلح "الصحن اللاقط"، كما شاعت تسميته بأنه "طبق لاقط". وكنا قد فضلنا في بحث سابق لمسنا فيه تأثيرا سلبيات للبرامج الوافدة أن نستخدم كلمة "قصعة"، لأن دلالة الكلمتين، صحن وطبق، دلالة إيجابية لاستخدام الكلمتين في وضع الطعام، بينما القصعة، فإنها تستخدم لدى عامل البناء في وضع الأسمنت، ولكنها مستخدمة في القرية لوضع روث البهائم، أي أننا نعني باستخدام هذه الكلمة، القصعة، وجود برامج وافدة سيئة نرفضها وأخرى مقبولة يمكن تقبلها، بل والانتفاع بها.

ونحن نتحدث هنا عن تأثير التليفزيون ونقصد تأثير برامجه، كذلك عندما نتحدث عن الدش فنحن نتحدث عن البرامج الوافدة التي تأتي عبره، ولا نقصد إطلاقا تأثير التعرض للشاشة والذي يهم الأطباء، أو ما يقصده المهندسون عند تحديد مواقع المحطات الأرضية للحفاظ على خط رؤية مستقيم بين الدش والقمر الصناعي الذي يخدمه، سواء وضع الدش على سطح منزل أو في شرفة أو على النافذة أو في الحديقة الخلفية للمنزل... (انظر الصور في بداية هذا الكتاب)، سواء كان قطر هذا الدش ٤٥ سم[1]، أو أكثر، والذي يتوقف حجمه على مكان هذا الدش من بؤرة بصمة قدم القمر الصناعي الذي تأتيه البرامج عبره، إلا في

(١) **وسائل الإعلام الإليكترونية في دول الكتلة الشرقية**: يوغسلافيا. دار الفكر العربي، القاهرة، ١٩٩٢م.

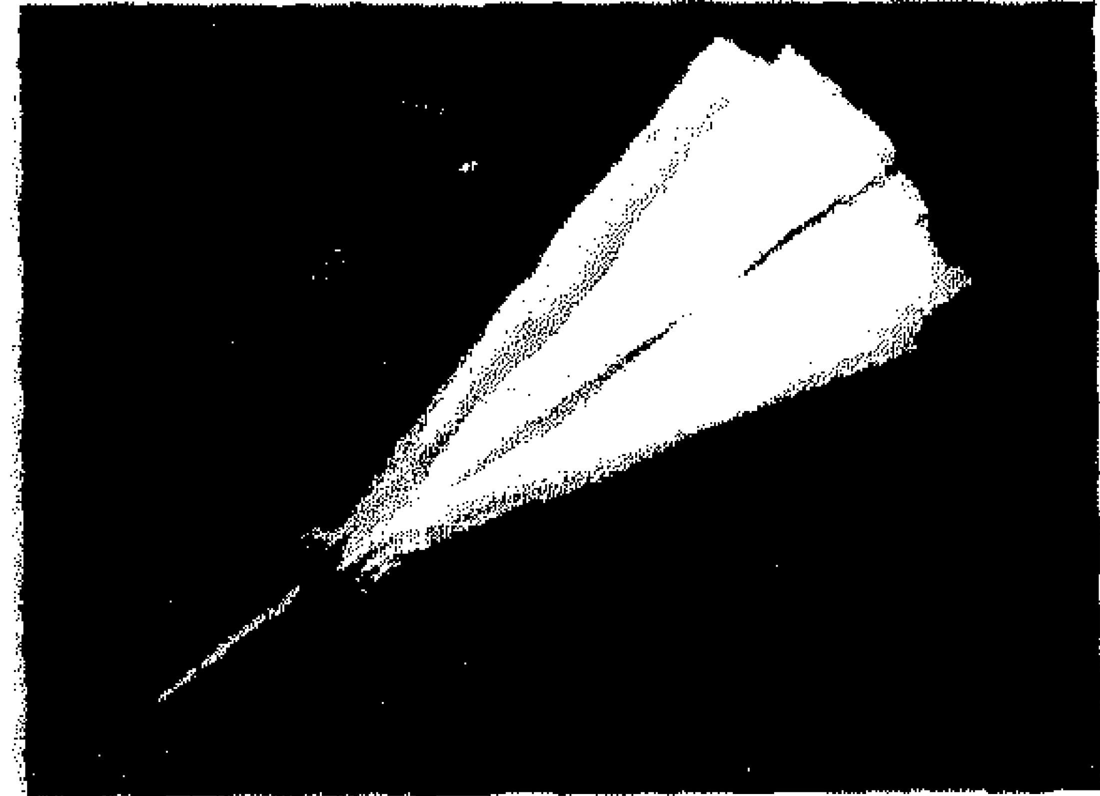
حالة المحطات الأرضية العملاقة (حيث قطرها يصل إلى ٣٣ مترا)، فإنها لابد أن تكون بعيدة عن العمران بمسافة تسمح بتوفير خط الرؤية المستقيم للهوائيات التي قد نحتاجها مستقبلا مع هذا الاستخدام المتزايد للأقمار الصناعية في مجالات متنوعة، والأهم من ذلك، هو الحفاظ على البيئة من التلوث الإشعاعي الذي نعرف خطورته على الإنسان(١).

والمشهور لدى العامة، أن "الدش" والذي يستخدم لالتقاط البث التليفزيوني الوافد عبر الأقمار الصناعية، مستدير فهو في الغالب له ألوان متعددة، ويأخذ شكل طبق مقعر والذي يسميه الفرنسيون "بارابول" (Parabole)، ودلالة هذه الكلمة الفرنسية أقوي من مجرد "صحن" خصوصا وأن من "الدشوش" ما هو مصمت مثل الطبق، ومنها ما هو شبكي أو فيه خروم عديدة...(٢)، كما شاهدنا دشا على شكل شمسية تغلق وتفرد عند استخدامها، وشاهدنا دشا آخر في شكل مستطيل "مقعر"، إلى جانب الياغي أنتنا ذات السلاميات...

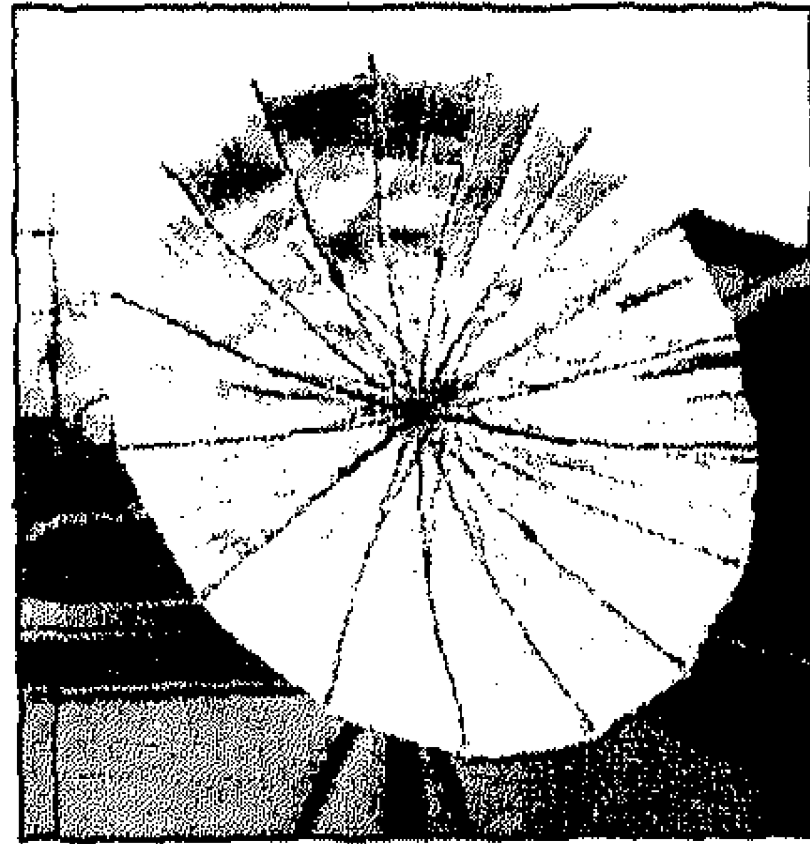


هوائيات غير قصعية
قد تكون مستطيلة
أو مربعة

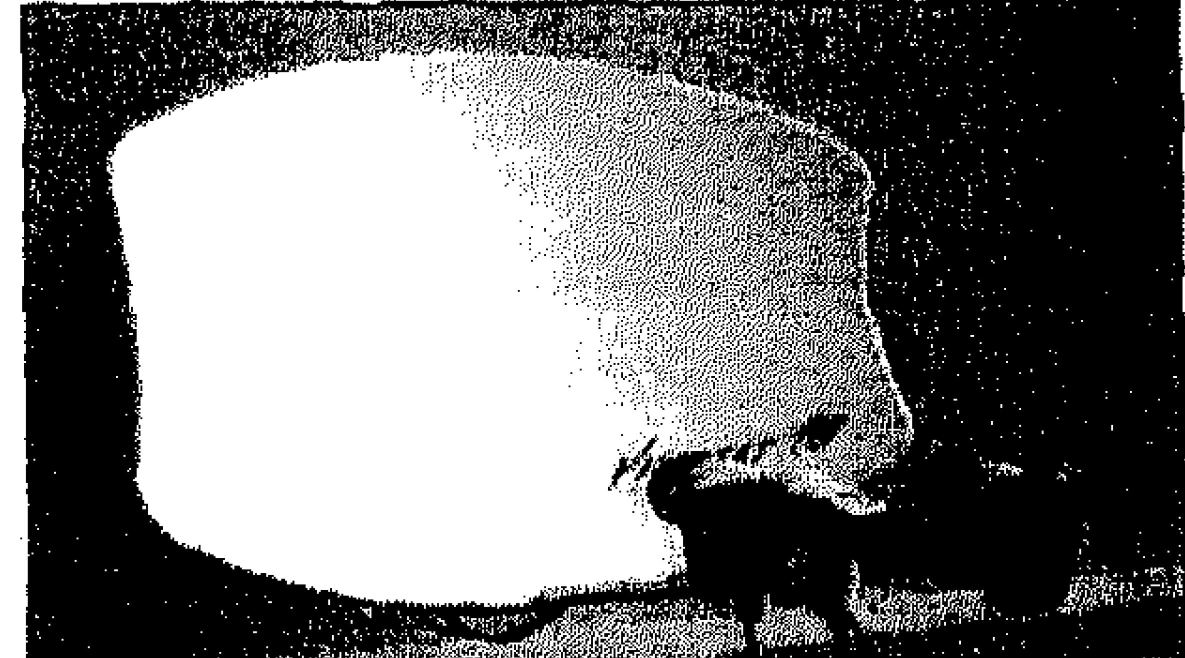




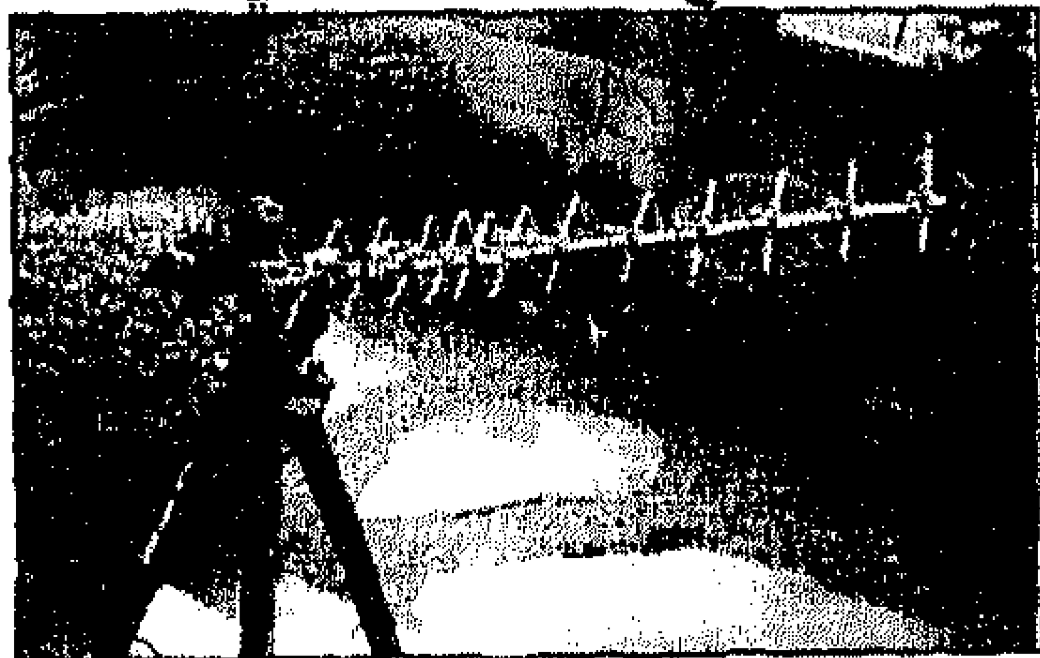
الدش "الشمسية" وهو مغلق



الدش "الشمسية" وقد تم فتحه للتعامل
مع القمر الصناعي



صحن لاقط مستطيل



ياغي أنتنا

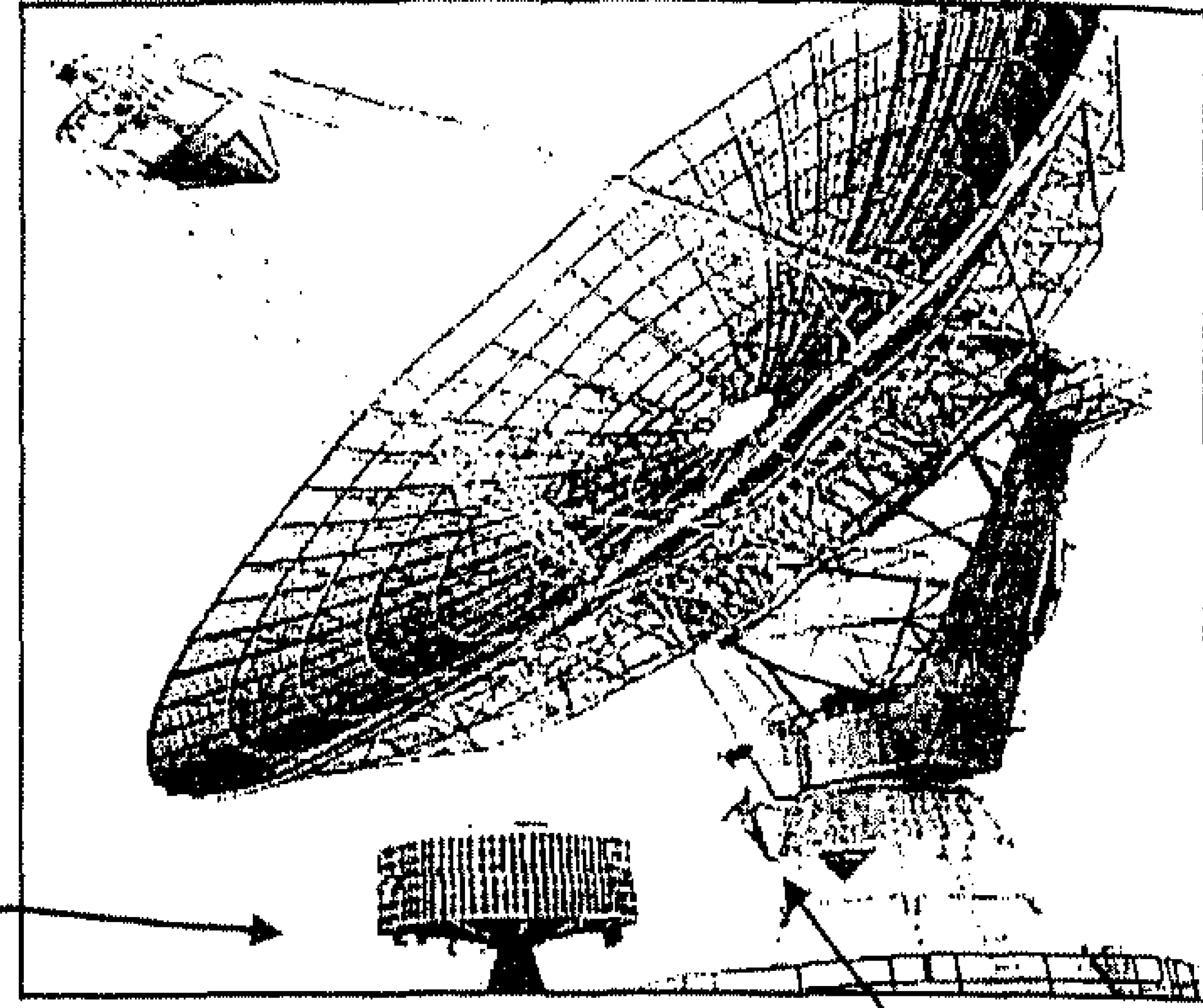
---

(١) هل من مستمع؟ وكيف يسمح المسؤولون عن امتداد العمران في ضاحية كانت من أجمل ضواحي القاهرة حتى أصبحت البيوت ملاصقة للمحطة الأرضية الموجودة في المعادي، وفي ذلك خطورة على السكان وإعاقة لعمل المحطة؟

(٢) ارجع إلى كتابنا: الإعلام الدولي عبر الأقمار الصناعية. **مرجع سابق.**

محطة أرضية عملاقة
قطر الصحن فيها ٣٣ مترا

"ماكيت" لقمر صناعي



لقطة تذكارية لشخص تسلق الدش العملاق، ولدينا مثل هذا الدش اثنان في المحطة الأرضية للأقمار الصناعية بالمعادي، لخدمة قمرين في شبكة الإنتلسات، واحد للقمر الموجود فوق المحيط الأطلسي، والآخر للموجود فوق المحيط الهندي هذا غير عدد من الدشوش الأخرى(١)
وفي الصورة نرى "ماكيت" لقمر صناعي

وفي السطور التالية نعرض وجهة نظرنا بالنسبة للدور الوظيفي الحالي لوسائل الإعلام بالنسبة للمشاهد، ونركز فيه على وظيفة (أو وظائف) التليفزيون بوجه خاص لأسباب لا تخفى عن فطنة القارئ، وذلك دون إغفال الوسائل الأخرى.

أما الإنترنت، هذه الوسيلة الإليكترونية الحديثة نسبيا، وبوصفها **وسيلة فردية/جماعية وتفاعلية**، فإنها تنافس بخصائصها، وبشدة وسائل أخرى سبقتها وأرسخ منها في القدم، وذلك لخصائص تتميز بها هذه التقنية الحديثة، مما جعلنا نخصص للإنترنت مبحثا مستقلا في الفصل التالي نعرض فيه أهم النتائج التي تم التوصل إليها فيما يتعلق بالإنترنت، مع نظرة استشرافية لمستقبل هذه الوسيلة الحديثة.

أولا - الدراسات الخاصة بتأثير وسائل الإعلام

عندما نتحدث عن تأثير التليفزيون، فإننا نقصد تأثير برامج التليفزيون أو برنامج معين، وخاصة إذا وضعنا نصب أعيننا أن "الوسيلة هي الرسالة" كما يقول "مارشال ماكلوهان"، وهذا يعني أننا لن نتناول هنا تأثير مشاهدة التليفزيون على المستوى الصحي والاحتياطات الواجب مراعاتها عند الجلوس أمام الشاشة الصغيرة...، ولن نتناول أيضا بالمناقشة نتائج الدراسات التي أشارت إلى وجود علاقة بين مواعيد وعادات تناول الوجبات وخصوصا وجبة المساء ونوعية الطعام من جانب، وبين مشاهدة التليفزيون من جانب آخر، وبين الوقت الذي يقضيه الفرد في مشاهدة التليفزيون وطريقة الجلوس أمام الشاشة من جانب ثالث، وبين السمنة والعمود الفقري وآلام الظهر والإبصار...

---

(١) للاستزادة، ارجع لكتابنا: **محاولات الإنسان الاتصال لاسلكيا وسلكيا:** دراسة في تكنولوجيا الاتصال، مكتبة النهضة العربية ، ٢٠١٢م.

(أ) الاعتقاد بأن لوسائل الإعلام تأثيرا مباشرا

ساد الاعتقاد لفترة ما، أن لوسائل الإعلام تأثيرا مباشرا مثله مثل حقنة التخدير ، مثله مثل الرصاصة، وأن وسائل الإعلام يمكنها أن تؤثر على الرأي العام، وسمعنا عن سياسة "القطيع"، ومصطلح قادة الرأي، وحارس البوابة...، وما شابه ذلك من مسميات دلالتها تشير - ولو من بعيد وبشكل غير مباشر- إلى وجود ثمة تأثير لوسائل الإعلام.

ومن البرامج التي ساعد التحليل السطحي لنجاحها في المرحلة الأولى لدراسات التأثير على تأكيد الاعتقاد بأن لوسائل الإعلام تأثيرا مباشرا على جماهيرها، البرنامج الذي قدمته الفنانة الأمريكية "كات سميث"(Kate SMITH) في أعقاب الحرب العالمية الثانية. ولكن الاعتقاد بأن لوسائل الإعلام تأثيرا يرجع إلى تأثير البرنامج الإذاعي المشهور "غزو من المريخ والذي قدمه "اورسون ويلز" عام ١٩٣٨م، وتسبب في إثارة الذعر والفزع لدى "بعض" المستمعين في أمريكا، والذين أخذوا البرنامج على أنه إذاعة مباشرة لحدث يقع فعلا. ونحيل القارئ المهتم بهذا الموضوع إلى الدراسة التحليلية لهذا البرنامج والتي قام بها "كانتريل"عام ١٩٤٠م[1]، لمعرفة الجوانب النفسية والسسيولوجية التي يجب أن نفهم في إطارها تأثير هذا البرنامج.

ومما يذكر هنا، أن إذاعة صوت العرب قد قدمت في الخامس من شهر فبراير عام ١٩٦٢م برنامجا يدخل في إطار "الخيال العلمي" على نمط البرنامج الإذاعي "غزو من المريخ". وقد أثار برنامج صوت العرب الذعر هو أيضا في نفوس بعض المستمعين ، فقد اندفع بعضهم إلى الشارع يطلبون النجاة، وأغمي على بعضهم، بل وصل الأمر إلى درجة أن أحد الأفراد (موظف بالمعاش) قد أقام دعوى في اليوم التالي لإذاعة البرنامج يطالب صوت العرب فيها بتعويض قدره ٢٠ ألف جنيه لوفاة زوجته بالسكتة القلبية إثر سماعها لهذا البرنامج.

أذيع هذا البرنامج على موجات صوت العرب في الساعة العاشرة ليلا، حيث فاجأ مقدم البرنامج المستمعين بأنه سيذيع أنباء مهمة، ثم ذكر أن كوكب "المشتري" اصطدم بكوكب "الزهرة" وأن نصيب بلادنا من التدمير سيحل بعد ساعة...، وذكر المذيع أيضا أن نهاية العالم ستكون يوم الاثنين صباحه أو مساءه مما وضع "الشائعة" موضع التصديق لدى بعض المستمعين للبرنامج، وانتشرت الشائعة من الذين استمعوا للبرنامج إلى آخرين، حتى وصلت إلى شرطة النجدة.

وفكرة البرنامج ربما كانت للسخرية ممن يتنبؤون بموعد يوم القيامة، وما أكثرهم[2]؛ ولذلك تخلل البرنامج عبارات ساخرة تؤكد أن مصادر أخباره وهمية وضاحكة مثل: جاءنا من "بيجو برس" و"وكالة دبوس جرا ف" و"أبو لمعة يركب صاروخا"...

---

(١) هذا بالرغم من أن "علم الساعة عند ربي" كما نعرف في ثقافتنا الإسلامية، ولا نعرف إلا علامات تنبئ بقرب قيامها.

(٢) للاستزادة، ارجع إلى كتابنا: **صوت العرب بين الأمس واليوم**. دار الثقافة العربية. القاهرة ، ١٩٨٩م.

وإذاعة هذا البرنامج بلا مقدمة خاصة به، وبدون التنويه عنه مسبقا ، وطريقة إذاعته ، والظروف التي أذيع فيها (والتي تردد فيها "قرب موعد قيام الساعة") ومن أن القلوب كانت مرهفة والخوف يملأ بعض النفوس التي تتوقع فناء العالم ، واعتماد البرنامج على الإثارة بالعناصر المدعمة لها من تشويق وغموض...، كل ذلك ساعد في ظهور هذا التأثير غير المطلوب ، والذي لم يتوقعه القائم بالاتصال ولم يستعد له ، ويشابهه في ذلك تأثير بث الفيلم التليفزيوني " اليوم التالي" على شاشات التليفزيون في الولايات المتحدة الأمريكية .

ومما يؤكد نتائج "كانتريل" في دراسته لبرنامج غزو من المريخ، من أنه توجد عوامل نفسية واجتماعية... تتدخل في تحديد التأثير المباشر لوسائل الإعلام، ما حدث بالنسبة لبرنامج تم بثه على شاشة التليفزيون الفرنسي عام ١٩٧٩م.

ففي العاشر من ديسمبر من ذاك العام ، حاولت القناة الفرنسية الثانية (A2) تقديم برنامج من هذا النوع من برامج الخيال العلمي (Fiction) تم بثه في الفترة الإخبارية عقب نشرة أخبار الساعة الثامنة مساء، أي في وقت الذروة بالنسبة للمشاهدة والمخصصة لتقديم تحليل للأحداث.

وقد اختار معد ومذيع البرنامج "باتريك بوافر دارفور" (Patric Poivre d'ARVOR) موضوعا حول خبر مفاجئ هو: "الشرق الأوسط يتوقف عن ضخ البترول إلى الدول الأوربية".

وبأسلوب البرامج الإخبارية في التليفزيون الفرنسي، استضاف البرنامج عددا من المتخصصين في هذا الموضوع ، متخصص في شؤون الشرق الأوسط، وآخر في البترول، ورجل قانون...، وقام المذيع بعرض الموضوع وخلفيته وردود أفعال الخبر في الدول الغربية مع مداخلات من ضيوف البرنامج كل في دوره، وردود أفعال بعض مشاهدي البرنامج.

وقد ذكر المذيع مثلا - والذي كانت تصله من حين لآخر بعض الأوراق وكأنها برقيات أو "فاكسات" - أن الأخبار تتدفق من وكالات الأنباء بالنسبة لفرنسا، وأن الولايات المتحدة الأمريكية قد اتخذت قرارا سريعا وحاسما بوقف إرسال شحنات الغلال والمعدات التي كانت متوجهة إلى منطقة الشرق الأوسط، وأن سرقات الدراجات قد انتشرت في إيطاليا... وقد استغرق بث هذا البرنامج نصف ساعة في فترة من فترات ذروة مشاهدة التليفزيون في فرنسا، وعقب نشرة أخبار القناة الثانية في الوقت المحدد لتقديم البرنامج الإخباري، وأدار الحوار فيه مذيع يعد ويقدم المواد الجادة وخصوصا نشرات الأخبار والتحليلات السياسية.

وبالرغم من التنويه في بداية البرنامج وفي الصحافة المطبوعة إلى نوعية البرنامج ، ومن أن المسؤولين في التليفزيون كانوا يشيرون في ومضة إليكترونية كل ٧٠ ثانية في الركن العلوي من الشاشة في أثناء بث هذا البرنامج إلى أنه "من الخيال العلمي (Fiction)"، إلا أن تليفون هذه القناة قد سجل في تلك الليلة عشرات المكالمات للاستفسار عن مدى جدية هذا الخبر وحقيقة الموضوع، بل وصل الأمر ببعضهم إلى قذف العرب بأقذع السباب، ونعتهم بأقذر الصفات (مما يدخلهم تحت طائلة القانون).

ووفقا لما ذكرته الصحافة الفرنسية عن هذا البرنامج فيما بعد ، كان نصف المتصلين تليفونيا من الذين يكرهون العرب ولا يثقون فيهم، وكان النصف الآخر يشكل أناسا غير سويين، مروعين ومرعوبين (Affolés)، ومن كبار السن، والذين يعيشون بمفردهم أو مع حيوان أليف بجوار المدفأة، لذلك هزهم مضمون الخبر خصوصا بسبب التوقيت الذي أذيع فيه البرنامج، وطبيعة المناخ في فرنسا في شهر ديسمبر)، ومنهم أيضا عنصريون متعصبون يكرهون العرب ويتصورون أنه يمكن أن يمتنع العرب عن تصدير البترول إليهم في أي وقت، خصوصا وقد سبق اتخاذ هذا الموقف في أكتوبر ١٩٧٣م...، مما يفسر هذا التأثير المباشر للبرنامج.

وعلى المستوى السياسي ، درس "سرج شاخوتين" (Serge TCHAKHOTINE) الدعاية النازية، والتي تزعمها وزير الدعاية الألماني "جوبل (GOBBELS) ، واستخدم تشاخوتين الدعاية في بناء نظرية حول "إمكان التحكم والتأثير في الجماهير"، وعرض نظريته هذه في كتاب بعنوان "اغتصاب الجماهير"(١).

أما فيما يتعلق بالدراسات التي قام بها "بول لازرسفيد" (LAZARSFELD) وزملاؤه لمعرفة اتجاهات القراء خلال الحملة الانتخابية للرئاسة في الولايات المتحدة الأمريكية بين "روزفلت" و"ويلكي" (ROOSEVELT & WILKIE) في الأربعينيات، فقد كان لها أبلغ الأثر في إعادة النظر في الفكرة التي كانت سائدة عن التأثير المباشر لوسائل الإعلام(١).

وبظهور التليفزيون وانتشاره جماهيريا، بدأت هذه الوسيلة الإعلامية الجديدة تحوز اهتمام الباحثين في الدراسات الخاصة بتأثير وسائل الإعلام وبخاصة هذه الوسيلة الجديدة، وذلك نظرا لخصائص التليفزيون التي يتميز بها عن غيره من وسائل الإعلام الأخرى ، وكان ذلك سببا وراء الارتماء ثانية في أحضان مدرسة شاخوتين للتأثير المباشر، خصوصا بالنسبة للتليفزيون.

(ب) قياس التأثير

الدراسات الخاصة بالتأثير يصعب إجراؤها للكشف عن أسباب هذا التأثير بالنسبة لوسائل الإعلام لأنها لا تجرى داخل "معامل"، والتي تمكن الباحث من التحكم في المتغيرات لقياس رد الفعل ، أو التغذية المرتدة التي سبق لنا الإشارة إليها. فعند البحث عن تأثير وسائل الإعلام، نحن لا نتعامل مع جماد، أو مع قطعة حديد نحاول الكشف عن مدى تمددها بالحرارة عند تعريضها للنار، بل نتعامل مع هذا الإنسان بكل مكوناته الفيزيقية الطبيعية والنفسية والاجتماعية والتي من الصعب معرفتها والتي تحدثنا عنها في سطور سابقة...

ولكي نقوم بدراسة تأثير التليفزيون، أو بأسلوب أدق، دراسة تأثير برنامج تليفزيوني معين، أو أي وسيلة إعلامية أخرى، فإننا نقوم بتحديد ما يطلق عليه "مالينوفسكي" (MALINOWSKI) "نقطة الصفر" (Le point zero)، وتفصل هذه

(1) S. TCHAKHOTINE.– Le viol des foules par la propaganda politique. **op. cit.**

(2) MERTON.– **Mass Persuasion**: The Social Psychology of War. Bond Drive, Harper 1945 .

النقطة بين الوضعين: قبل التعرض للرسالة المراد معرفة تأثيرها وقياسه وبعد التعرض لها، وهذا ما يطلق عليه مصطلح الدراسة القبلية البعدية، إلا أنه يوجد أسلوب آخر في الدراسات التجريبية، وهو اختيار مجموعتين متماثلتين في كافة الخصائص التي يمكن أن يكون لها تأثير فيما يراد قياسه، وتعريض إحدى المجموعتين وإخضاعها للتجربة، ويطلق عليها مصطلح "المجوعة التجريبية" والإبقاء على المجموعة الثانية والتي يطلق عليها اسم "المجموعة الضابطة" بعيدة تماما عن تأثير التجربة، ثم قياس الفارق بين المجموعتين بعد إجراء التجربة... .

وإذا كانت مثل هذه التجارب تنجح داخل المعامل في العلوم الطبيعية، وفي بعض الأحيان بالنسبة لحيوانات التجارب، إلا أنها موضع شك في العلوم الاجتماعية والإنسانية لأسباب كثيرة، أهمها صعوبة تحديد المتغيرات وفصلها، وقد سبق لنا الحديث عن نظرية التل الجليدي في الاتصال المواجهي، والتي ركزت على الجوانب الخفية في هذا المستوى من الاتصال، وفيما يلي توضيح لذلك.

١ ـ صعوبة قياس تأثير وسائل الإعلام

من الصعب جدا مشاهدة نتيجة تأثير التليفزيون على المشاهد، مثلما هو صعب أن نعرف تأثير المدرس على تلاميذه، إذ إن التأثير في كلتا الحالتين غير ملموس، ولا يمكن أن نشعر به أو نحسه مباشرة بخلاف ما نراه ونحسه مثلا من نتاج عمل المهندس المعماري أو جرار لحرث الأرض ...

فبالنسبة للتأثير في الحالة الأولى، أي عندما نتحدث عن تأثير المدرس أو تأثير التليفزيون، فإننا لا نرى ولا نتابع ما يحدث من تغيير تدريجي لدى التلميذ أو لدى مشاهد التليفزيون، لأن حقل التجربة كما ذكرنا يقع داخل الإنسان بكل ما تحمله كلمة إنسان من معان، حيث تمر عملية التأثير التي تحدث داخليا في خطوات معقدة نترك الحديث عنها الآن لوقتها. **وكل ما يهمنا معرفته هنا، هو أن التأثير الذي يتم خلال عمليات داخلية هو تأثير معقد وخامل ولا يظهر بوضوح، إلا أنه قد يظهر بعد فترة طويلة في السلوك أو في التفكير خاضعا عندئذ لتعديلات متعددة.**

أما بالنسبة للحالة الثانية، حالة المهندس المعماري، أو آلة الحرث أو الري، فإن حقل التجربة يكون شيئا ملموسا وخارجا عن الإنسان. ولذلك، فإننا في هذه الحالة يمكننا أن نتابع وبانتظام أي تغيير تدريجي قد يحدث. بل في غالب الأحوال، يحدث التعديل أو التغيير تحت بصرنا. وكما يحدث تماما داخل المعمل، يمكننا قياس هذا التغيير الذي يحدث نتيجة عمل المهندس أو الجرار، والتنبؤ بالتغيير التالي.

أما بالنسبة لتأثير وسائل الإعلام ، فإننا نعرف مثلا، أننا نحصل على البرونز بخلط كمية من النحاس مع القصدير، ولكننا لا يمكن أن نتنبأ مقدما ـ وبشكل قاطع- بتأثير برنامج يبث مثلا على شاشة التليفزيون. إلا أن هذا لا يمنع من التكهن بتأثير فوري متوقع ، والذي هو في

الغالب تأثير سطحي وعلى المدى القصير، مثله مثل انتفاضة الساق إثر طرق الطبيب على ركبة المريض؛ فكما تشير هذه الانتفاضة إلى مرض الساق أو سلامتها ، فإن **تأثير الرسالة الإعلامية المباشر يشير بالدرجة الأولى إلى خصائص المتلقي ومقوماته أكثر مما يشير إلى خصائص الرسالة.**

وإذا كنا نؤكد على أن التأثير المباشر تأثير سطحي ، فذلك يرجع إلى أننا نعده رد فعل مباشر، ولا يعمل منفردا، ولكنه مرتبط بعوامل أخرى يعمل من خلالها. هذه العوامل التي تعمل من خلالها وسائل الإعلام تقوم بدور مهم في عمليات الاتصال ، ويمكن أن نطلق عليها اسم "العوامل الوسيطة"، وأيضا "العوامل الدخيلة" والتي أشرنا إليها عند الحديث عن نظرية التل الجليدي، حيث نرى لزاما أن تخصص لها دراسات قائمة بذاتها لأهميتها، بل لخطورتها.

وتجدر الإشارة هنا، إلى أنه إذا لم يكن لتلك العوامل الوسيطة والدخيلة أهمية أكبر من تأثير الرسالة الإعلامية، فهي لا تقل أهمية عن الرسالة المنقولة عن طريق وسائل الإعلام. ولنا إذن أن نفترض أن تأثير وسيلة الإعلام – أو **تأثير مضمون الرسالة الإعلامية- يصبح على الأقل في حكم العدم إذا ما تعارض وتأثير هذه العوامل** والذي سنتناوله بشيء من التفصيل فيما بعد.

ونحن في هذه السطور لا ننكر أن الفرد في عصرنا الحالي يعيش في جو مشحون بالإعلام . وتطلق "إفيلين باتكل" على هذا الزخم الإعلامي الذي يحاصرنا مصطلح "القصف" "Bombardement des messages"[(1)]، حيث يغزونا الإعلام بطرقات متتالية نهارا وليلا بوسائل شتى وبصور متعددة، من الملصق البسيط حتى الرسالة الإلكترونية التي تبث على شاشات التليفزيون وعلى شاشات الحاسبات الإليكترونية عبر الأقمار الصناعية فيما يعرف باسم "إنترنت"، وقد تصل هذه الرسائل إلى المتلقي بل وقد تؤدي الغرض الذي صيغت من أجله الرسالة. ولكن هل تأثير الرسالة الإعلامية يمكن أن يكون مباشرا؟ سوف نرد على هذا التساؤل فيما بعد.

٢- العوامل التي تحدد فعالية الرسالة

كل ما نستطيع أن نؤكد عليه هنا، هو أن الرسالة تمر بمرحلتين أساسيتين تحددان قوة فعالية هذه الرسالة أو تلك، وهما:

- المرحلة الأولى، وتشمل عملية وضع الفكر في كود؛ ففي ظل مناخ معين، تتم صياغة رسالة محددة، ويتم نقل هذه الرسالة من المرسل إلى المستقبل، بالاستعانة في حالتنا هذه بوسيلة إعلامية.

---

(1) Yveline Baticle.- Message,media,communication, de Lascaux à l'ordinateur. Magnard Université,Paris,1973.

ـ أما المرحلة الثانية فهي خاصة بظروف استقبال الرسالة، وإلى أن يتخذ المتلقي قراره بالنسبة لمحتواها، وبالنسبة لمرسلها، سواء بالاستجابة أو بالرفض (Agir ou ne pas agir).

وفي كلتا المرحلتين، واللتين يطلق عليهما بعض الباحثين جزئيا مرحلة وضع الفكر في كود ومرحلة فك الكود ، هناك عوامل عديدة كما ذكرنا من قبل تعترض طريق الرسالة، وتحدد الأثر المتوقع من الرسالة الإعلامية. وكما قلنا قبلا، فإن أهمية هذه العوامل تحتم علينا دراستها دراسة مستفيضة مستقلة.

ولكن، يجب أن نعلم أن هناك من الباحثين من يحاول تحديد وعزل هذه العوامل، أو هذه المتغيرات، وتثبيت المتغير الواجب قياس تأثيره بغية الوصول إلى نتائج يمكن أن تنسب إلى هذا المتغير أو ذاك، معتمدين في ذلك على تطبيق الأسلوب الإحصائي بعملياته المتعددة.

فعند قياس تأثير برنـامج في التليفزيون على المشاهد، أو مقال في صحيفة على القارئ، أو تأثير إعلان لسلعة ما على المستهلك...، يجب أن نعلم أن مهمتنا جد صعبة وشائكة، لأن المعروف أن تغيير، أو تعديل، السلوك يخضع للتجربة ذاتها، ويتأثر بالعوامل الاجتماعية الأخرى التي يعمل من خلالها. أي أن التأثير لا يخضع لمحتوى الرسالة فقط، ولا لخصائص الوسيلة الإعلامية وحدها، بل هناك عدة عوامل تتفاعل مع بعضها بعضا لكي تشكل في النهاية التأثير الذي يمكن قياسه معمليا؛ فإلى جانب محتوى البرنامج نفسه، وخصائص الوسيلة ذاتها، وظروف التعرض للرسالة، هناك أيضا ما سبق ذكره فيما يتعلق بالقائم بالاتصال وبالمستقبل أو ما يطلق عليه اسم الإميريك الكندي.

٣ ـ خصائص التأثير العاجل والتأثير الآجل

إذا ما قيل إن هناك تأثيرا معينا مباشرا لبرنامج ما في التليفزيون، أو في الراديو، أو لمقال في صحيفة ، على سلوك الفرد أو الجماعة ، فإن هذا التأثير الفوري (Immediate) أو المباشر (Direct) لن يدوم؛ فهو في الغالب تأثير قصير المدى، سطحي، وليس له نتائج ثابتة أو دائمة.

ويجب أن نعلم هنا أن التأثير على المدى الطويل أهم من وجهة النظر الاجتماعية والنفسية من التأثير العاجل. فمن خصـائص التأثير الآجل وهو التأثير على المدى الطويل، والذي سنعرفه فيما بعد عند الحديث عن الدور الوظيفي لوسائل الإعلام، والذي هو تأثير تراكمي، وأن هذا التأثير أطول عمرا وأعمق أثرا، إلا أنه لا يلاحظ من الوهلة الأولى، ونحن نعرف المثل القائل "القشة التي قصمت ظهر البعير". هذا التأثير التراكمي والذي اكتشف بعد فترة من ظهور وسائل الإعلام، قد يكون هو السبب في ظهور ثلاث مراحل للدراسات الخاصة بتأثير التليفزيون، وخاصة تلك التي تتعلق بتأثير التليفزيون على الطفل[1].

(1) Jacques MOUSSEAU.- "Les enfants et la télévision: nouvelles conclusions" p.

(ج) مراحل الدراسات الخاصة بتأثير التليفزيون على الطفل

في المرحلة الأولى من الدراسات الخاصة بتأثير التليفزيون على الطفل، لاحظنا أن نتائج تلك الدراسات كانت تشير إلى أن التليفزيون يسبب تأخر التلاميذ في دراستهم، وكثيرا ما تنسب انحرافات الشباب إلى مشاهدة بعض البرامج في التليفزيون[٢] (وكذلك إلى غيره أيضا من الوسائل). بل إن كل الحالات المرضية داخل المجتمع كانت تنسب إلى هذا الجهاز الوليد في هذه المرحلة ، وهي عادة ألفناها بالنسبة لكل وافد جديد.

وتميزت المرحلة الثانية بدراسات منهجية أشارت في نتائجها إلى أن الأطفال الذين يشاهدون التليفزيون لا يختلفون ولا يتميزون عن غير المشاهدين من الأطفال. واستمر هذا الاتجاه سائدا إلى أن رسخت أقدام التليفزيون.

والمرحلة الثالثة جاءت بعد أن أصبح التليفزيون ظاهرة عامة في المجتمع، حيث ظهر اتجاه ثالث في البحوث يأخذ في الاعتبار الجوانب السسيولوچية في الدراسات الخاصة بتأثير التليفزيون خاصة ، وبوسائل الإعلام بوجه عام .

ثانيا- الاتجاه السسيولوجي في الدراسات الخاصة بتأثير وسائل الإعلام

يرجع الفضل في هذا الاتجاه السسيولوچي للإعلام إلى علماء الاجتماع في الولايات المتحدة الأمريكية وفي فرنسا وفي دول أخرى، حيث تعددت البحوث وبدأت مناهج البحث تأخذ طابعها الخاص. وفي هذه المرحلة من مراحل دراسة التأثير، أثبتت البحوث الاجتماعية أن التليفزيون ووسائل الإعلام الأخرى لا تعمل منفردة ، بل هي تعمل من خلال عوامل وسيطة، عوامل سياسية وإيديولوچية، وأخرى اجتماعية وثقافية...

(أ) دراسات خاصة بتأثير وسائل الإعلام في أمريكا

لما كان اهتمام الباحثين في الولايات المتحدة الأمريكية موجها في البداية إلى دراسة جمهور التليفزيون التجاري للوصول إلى أكبر عدد من المشاهدين، فقد ركز الباحثون هناك على دراسة الموضوعات التي تتعلق بأساليب الإقناع، وعلى قياس مدى نجاح البرامج، وخصائص المشاهدين لبرامج معينة ، وأسباب تعلق هؤلاء بهذه البرامج...

ومن الدراسات الأخرى التي اهتمت بتأثير التليفزيون، تلك الدراسة التي توصل فيها "ولبور شرام" إلى أن مشاهدة التليفزيون لفترة طويلة تساعد على زيادة المعرفة في مجال الموضوعات المتصلة بالبرامج المذاعة، وأغلبها برامج خيالية وترفيهية.

كذلك عني بالبحث في هذا الموضوع "مارشال ماكلوهان" (والذي يطلق عليه اسم "نبي الإليكترونيات" لاهتمامه بوسائل الإعلام الإليكترونية) ، فقد اهتم هو أيضا بتأثير وسائل

99-108, *in* : **Communication et langages**. No. 30, 2e Trimestre, 1976.

(2) W. SCHRAMM.– Mass Communication. **Op. Cit.**

الإعلام؛ وهنا يرجع ماكلوهان إلى الماضي البعيد ، فيقول "إن الهوة بين الثقافة اليونانية وبين الثقافة الرومانية يمكن أن تكون بسبب استخدام ورق البردي في العالم الروماني ، لأن ورق البردي – كما يقول – قد عزز الثقافة البصرية[١] أكثر من أي نتاج إنساني آخر قبل يوحنا جوتنرج مخترع الطباعة [٢].

(ب) دراسات خاصة بتأثير وسائل الإعلام في أوربا

من الدراسات الكلاسيكية التي نرجع إليها عند الحديث عن موضوع تأثير التليفزيون تلك الدراسة التي قامت بها "هيلدا هيملويت" وزملاء لها على عينة من أطفال المدارس، وحاول هؤلاء الباحثون في دراستهم تلك تحديد آثار التليفزيون على النشء، وقد أشارت تلك الدراسة إلى أن التليفزيون ليس له أي تأثير ملموس على مستوى ذكاء الأطفال في العينة المدروسة، ولكن الدراسة أظهرت أن أفضل التلاميذ في العينة كانوا في المجموعة التي تشاهد التليفزيون كثيرا[٣]. وقد أظهرت الدراسة أيضا أن التليفزيون يشحذ ذهن الطفل، وأن من يشاهدون التليفزيون في العينة هم أكثر الأطفال طموحا ومبادرة. هذه النتيجة نرى أنها يمكن أن ترد إلى الطبقة الاجتماعية التي ينتمي إليها الأطفال ممن كان لديهم تليفزيون في البيت في الفترة المدروسة، ونأخذ على هذه الدراسة أنها كانت عامة، وأنها أعطت أهمية لتأثير التليفزيون على المدى القصير والقريب، وأنها قللت من شأن تأثير هذا الجهاز على المدى البعيد، وإن كانت الباحثة **(Jadwiga KOMOROWSKA)** "جادويغا كوموروفسكا" في بولندا قد توصلت إلى نتائج مشابهة للنتائج التي توصلت إليها هيملويت في إنجلترا في بداية انتشار التليفزيون في إنجلترا.

وقد انصب اهتمام الباحثين على دراسة تأثير لوسائل الإعلام في فرنسا على دراسة تأثير التليفزيون أيضا. ومن الجدير بالذكر هنا، أن "جاك موسو" الذي يهتم هو الآخر بدراسة تأثير التليفزيون على الطفل، قد فاجأنا عام ١٩٧٦م بقوله إن هذا الجهاز يستحوذ على المشاهد ويترك بصماته عليه ، بل إنه يستطرد ويقول: إن التليفزيون يشكل الطفل وهو ما زال في مهده[٢].

وبالرغم من النتائج التي توصل إليها البحثان، البحث الذي طبق في إنجلترا والآخر الذي طبق في بولندا في بداية ظهور التليفزيون، إلا أننا نأخذ بالرأي القائل بأن تأثير وسائل الإعلام – وخاصة التليفزيون – على المدى الطويل، أكثر أهمية من التأثير المباشر والذي يكون في

---

(١) المعروف أن وسائل الإعلام لدى ماكلوهان امتداد لحواس الإنسان. ارجع إلى: -.W. SCHRAMM Mass Communication . **Op. Cit.**

(2) M. McLUHAN& Quentin FIORE . – **Guerre et paix dans le village planétaire.** Paris 1970.

(3) Hilda HIMMELWEIT & als.-**television and Child**. Oxford University Press 1958. ، والدراسة قديمة، وكانت في بداية عهد دخول التليفزيون إنجلترا، والموضوع يستحق دراسة على الطفل المصري.

الغالب تأثيرا سطحيا، إلا أن هذا الرأي لا يجب أن يجعلنا نتجاهل التأثير المباشر الذي قد تحدثه وسائل الإعلام، كما رأينا بالنسبة لتأثير مشاهدة فيلم "اليوم التالي".

(ت) دراسات خاصة بتأثير وسائل الإعلام في مصر

في عام ١٩٧٤م، توصل الزميل فتحي يونس من خلال دراسته للغة الأطفال إلى أن وسائل الإعلام، وخاصة التليفزيون، قد ظهرت بوادر تأثيرها في أحاديث الأطفال[١]. وإذا سألنا المدرسين ونظار المدارس، لقالوا لنا إن التلاميذ، وخاصة في المراحل الأولى من التعليم، يرددون ويتغننون في أوقات فراغهم في المدرسة بإعلانات التليفزيون. وهذا التأثير ليس بجديد بالنسبة لنا ، فما زلنا نتذكر إعلانا كان يذاع في الخمسينيات عن طريق الراديو (قبل دخول التليفزيون مصر) ، وكانت تردده بعض زميلاتنا فيما قبل المرحلة الثانوية، وإن كان هذا الإعلان غير موسيقي إذا قسناه بالإعلانات الملحنة والراقصة مثل "شوف العقد..." و"ياللا كوكاكولا"، و"اديها بيبسي إديها" و"شيبساوي على طول" و"ألو ألو" و"تلاجة إيديال"، أما الإعلان في الخمسينيات والذي نقصده فكان :" أحذية باتا ظريفة خفيفة لطيفة..."

وفي عام ١٩٨٥م، لاحظنا أن محصلة الطفل في عينة عشوائية من تلاميذ المدارس الابتدائية والإعدادية قد دخلتها مفردات جديدة من الصعب تصور أن يكون لها مصدر آخر غير التليفزيون، وكذلك بالنسبة لخياله الذي تبوح به رسومه[٢]. وكانت هذه الملاحظة بداية اهتمامنا برسوم الأطفال، حيث انطلقنا في أثناء حرب تحرير الكويت لمعرفة تأثير التليفزيون على الطفل، وخرجنا من ذلك ببحثين، واحد منهما اشتركت معنا فيه إحدى الزميلات ونشر في مصر، والآخر كان ورقة ناقشناها في مؤتمر للإعلام عقد في البرازيل ونشرت مداخلتنا هذه في دورية علمية فرنسية وأعدنا نشرها باللغة الفرنسية في ملحق لكتاب لنا...، ثم تتابعت أبحاثنا بالنسبة لرسوم الطفل، فأجرينا بحثا تحليليا لرسوم الطفل المصري، وآخر لرسوم الطفل السعودي...، وخرجنا من هذه الدراسات بوجود ثمة تأثير للتليفزيون على مخيلة الطفل، وعلى الصور التي يكونها الطفل عن العلاقات الاجتماعية داخل الأسرة وفي المدرسة...، وعن الرموز السياسية بالنسبة للعراق على الأقل...

ومن خلال دراسة قمنا بها في مصر عام ١٩٧٦م، كنا قد توصلنا كما توصل باحثون آخرون في هذا المجال إلى أن التليفزيون - بوصفه وسيلة إعلام - يساعد على التدعيم أكثر مما يساعد على التعديل والتغيير.

ويخضع تأثير التليفزيون – كما سبق لنا القول- لعدة عوامل أخرى أهمها فهم الرسالة الإعلامية[٢]. ويتوقف فهم الرسالة كذلك على الموقف الاجتماعي الذي تستقبل فيه الرسالة، على الموقف الاتصالي، كما يتوقف بطبيعة الحال على قدرة المستقبل على الفهم...، وبأسلوب آخر، يمكننا القول بأن فهم الرسالة الإعلامية، والذي يترتب عليه نسبيا تحديد مقدرتها على

---

(١) فتحي يونس – الكلمات الشائعة في كلام تلاميذ الصفوف الأولى من المرحلة الأولى" رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية، جامعة عين شمس ١٩٧٤م.

(٢) الطفل المصري بين التليفزيون والفيديو والغزو الثقافي. مرجع سابق.

التأثير، يرتبط ارتباطا طرديا وإيجابيا مع المستوى الثقافي للفرد، وهي نتيجة منطقية خلافا لما يقوله بعض الباحثين من أن تأثير وسائل الإعلام مثله مثل تأثير حقنة التخدير، مثل تأثير الرصاصة، والتي لا تخطئ الطريق ونلمس فورا تأثيرها، أو ما أطلقوا عليه اسم: التأثير المباشر والفوري لوسائل الإعلام والذي تحدثنا عنه آنفا.

وهنا، نقول لهؤلاء إن حقنة التخدير هذه التي يشبهون تأثير وسائل الإعلام بتأثيرها، لا يختلف اثنان في أن تأثير حقنة التخدير هذه يختلف من شخص لآخر. ولما كنا قد ذكرنا قبلا أن من طبيعة الإنسان أنه متغير، فإن تأثير هذه الحقنة يختلف بالتأكيد بالنسبة للفرد الواحد في فترات عمره المختلفة، في صحته وفي مرضه، سواء كان هذا المرض مرضا عضويا أو مرضا نفسيا، هذا إلى جانب عوامل وسيطة أخرى تلعب دورا هنا. كل هذه العوامل وغيرها تؤثر في مقدار المخدر الذي يجب أن يحقن به الطبيب مريضه، وكم سمعنا عن حالات لم تتحمل إبرة التخدير والنتيجة معروفة...

أما بالنسبة للقائلين بأن لوسائل الإعلام تأثيرا مباشرا، فإنه يمكن الرد عليهم بسؤالهم: هل هذا التأثير لوسائل الإعلام ظاهرة عامة لدى الجميع؟ الوضع يختلف بطبيعة الحال من فرد لآخر حيث نأخذ في الحسبان هنا كافة العوامل الديمغرافية والنفسية والاجتماعية والإيديولوجية والعقدية...، وهذا ما دعانا لرفض كلمة من أصل لاتيني لتعريف وسائل الإعلام هذه وهي كلمة "Mass" في المصطلح[٤] "Mass Media" والذي استخدم من قبل بعض المهتمين بوسائل الإعلام في تسمية هذه الوسائل. فكلمة "Mass" تستخدم في المطبخ الإسباني للدلالة على أن التجانس قد تم بالنسبة للعجين الذي يعد لعمل خبز أو ما شابهه، لذلك ترفض المدرسة الفرنسية هذه الكلمة في هذا الموضع، حيث نرى أننا أمام جماهير متعددة تتشكل من أفراد كل منهم له كيانه المميز والمنفصل عن الآخرين. فهل يمكن أن يتصور هؤلاء وجود تأثير موحد من الذين يتعرضون لرسالة ما من أي وسيلة من وسائل الإعلام مما يترتب عليه رد فعل موحد منهم جميعا في سلوك موحد في الوقت نفسه؟

(أ) النظريات الخاصة بالتأثير

في عام ١٩٦٠م، نشر "كلابر" نتائج موجة جديدة من الأبحاث في كتابه الخاص بتأثير وسائل الإعلام[٢]، وقد احتوى هذا الكتاب على نتائج حوالي ١٠٠٠ دراسة ذكر أسماء ٢٧ منها في المراجع.

ومن أهم النتائج التي ذكرت في كتاب كلابر، وسبق لنا الإشارة إليها، كان إعادة النظر فيما سبق اعتقاده بسبب التحليل السطحي لبعض الدراسات ، والتي أعطت أهمية كبرى لتأثير وسائل الإعلام، كما أشارت هذه الدراسة أيضا إلى أن وسائل الإعلام لا تعمل منفصلة ولكنها تعمل من خلال عوامل وسيطة...[١]

---

(٢) KLAPPER.– The Effects of Mass Communication. **Op. Cit.**

وفي عام ١٩٧٠م ظهر كتاب "ملفن دي فلور" عن نظريات الاتصال [٢][٣]. وفي هذا الكتاب، حاول المؤلف أن يميز بين أربعة عوامل يمكن اعتبارها نظريات هامة لتأثير وسائل الإعلام، والتي يمكن أن ننظر إليها على أنها أهم العوامل الوسيطة التي تلعب دورا في تحديد تأثير الرسالة الإعلامية وهي:

١- الاختلافات الفردية	Individual Differences
٢- الطبقات الاجتماعية	Social Categories
٣- العلاقات الاجتماعية	Social Relationships
٤- القيم الثقافية	Cultural Norms

- الاختلافات الفردية

تشير الاختلافات الفردية إلى الاستعدادات وخصائص الفرد النفسية التي تؤثر في عملية الاتصال، ويظهر تأثير هذه الاختلافات الفردية بوضوح من خلال العلميات الانتقائية المتعددة ومن أهمها:

- انتقاء التعرض
- انتقاء المضمون
- انتقاء الفهم
- انتقاء التذكر
- انتقاء القرار

وسوف نتكلم عن هذه العمليات الانتقائية بشيء من التفصيل فيما بعد.

٢- الطبقات الاجتماعية

يرى"دي فلور" أن الطبقات الاجتماعية هي انعكاس للاختلافات الفردية السيكولوجية؛ فهناك خصائص مشتركة بين الأفراد يمكن أن تنظمهم في جماعات ولها خصائص معينة. هذه الجماعات قد تستجيب لمضمون وسائل الإعلام والتي يهتم فيها الباحثون بخصائص هذه الجماهير من حيث العوامل الديموغرافية، الجنس والسن ومستوى التعليم...، وكيفية تعاملها مع الوسائل المختلفة، بل إن المعلنين يعتمدون على هذه الدراسات للتخطيط لحملاتهم لمعرفة خصائص الأفراد المعجبين ببرامج معينة، وأسباب تفضيلهم لهذه البرامج، ومدى تأثير ما يشاهدوه في تغيير عاداتهم واتجاهاتهم وأذواقهم.

---

(١) KLAPPER, **Idem.**

(٢) Melvin De FLEUR.– Theories of Mass Communication.**Op. Cit.**

٣ ـ العلاقات الاجتماعية

مفهوم " العلاقات الاجتماعية" لدى دي فلور يحيلنا إلى النظرية الخاصة التي تقول بأن الاتصال يتم على خطوتين (Tow-Step Flow of Communication) التي أظهرتها الدراسات التي أجريت في جامعة كولومبيا تحت إشراف "لازرسفيد"، بأن تأثير وسائل الإعلام، وخاصة ما يتعلق بتبني الأفكار المستحدثة (Innovation)، لا يصل إلى الجميع مباشرة، بل يقتنع بها أولا " قادة الرأي" (Opinion leader) وهم يقومون بنقلها للآخرين.

وقد أظهرت البحوث التي قامت بها جامعة كولومبيا في أمريكا أهمية التأثير الشخصي إلى جانب تأثير وسائل الإعلام، وهذا يجعلنا نتفق تماما مع ولبور شرام باعتبار هذه البحوث المشار إليها من الدراسات التي تهم علماء الاجتماع.

هذا وقد بنى لازرسفيلد وزملاؤه نظريتهم الخاصة بالعلاقة بين قادة الرأي ووسائل الإعلام بعد دراسة ميدانية في بنسلفانيا وإيري ، وذلك أثناء الحملة الانتخابية في الأربعينيات. وقد اتضح من دراستهم تلك أن وسائل الإعلام يمكنها أن تؤثر في بعض الأفراد، وهؤلاء يمكنهم بدورهم التأثير في أفراد آخرين. واعتبر الباحثون الجماعة الأولى "قادة رأي"، وهم أكثر احتكاكا وتعاملا مع وسائل الإعلام المختلفة. وعن طريق الاتصال الشخصي، يقوم قادة الرأي بنقل الأفكار الجديدة إلى الأفراد الآخرين. أي أن **تأثير وسائل الإعلام، أو بأسلوب أدق التدفق الإعلامي، يمر على الأقل بمرحلتين :**

١- من وسائل الإعلام إلى قادة الرأي
٢- ومن قادة الرأي إلى الآخرين

واتضح من دراسات جامعة كولومبيا أيضا، أن تأثير وسائل الإعلام ليس مباشرا، بل إنه يخضع لعدة عوامل منها العلميات الانتقائية التي سبق الإشارة إليها.

كما أثبتت هذه الدراسات أيضا أن وسائل الإعلام تساعد على التدعيم كما أنها تساعد على التغيير.

وقد استمر لازرسفيلد وزملاؤه في دراسة **نظرية تدفق الإعلام على خطوتين** والتي اكتشفوها في أثناء دراستهم لتأثير الحملة الانتخابية، وحاول الباحثون الكشف عن هذه النظرية في نواح ومجالات أخرى مثل الذهاب إلى دور السينما ، وشراء الطعام والملابس ...، وذلك للكشف عما إذا كان التأثير الشخصي أقوى أم تأثير وسائل الإعلام ، هذا وقد **استخلصوا من دراساتهم تلك أن التأثير الشخصي أقوى من تأثير وسائل الإعلام التي كانت موجودة وقتها، صحف، ومجلات، وكتب، وراديو.**

ولقد حاولت الدراسات التي أجريت بعد ذلك عن التدفق الإعلامي في خطوتين أن تحدد من هم قادة الرأي وما أهم خصائصهم. ومن أهم هذه الدراسات الرائدة تلك التي قام بها "إلياهو كاتز" (KATZ) ونشر نتائجها عام ١٩٥٧م. ومن أهم النتائج التي توصل إليها هذا

البحث، والتي يمكن أن تفيدنا في الدراسات الاجتماعية للإعلام، أن قادة الرأي ينتمون إلى الجماعات الأولية للأفراد الذين يؤثرون عليهم؛ فقد يكونون من العائلة نفسها، أو زملاء في العمل، أو أصدقاء...، وهو ما ظهر مثلا في دراستنا عن " المخدرات والشباب ودور وسائل الإعلام"، إلا أن قادة الرأي هؤلاء يتميزون عن الآخرين ببعض الخصائص وأهمها التعرض لوسائل الإعلام ولمصادر المعلومات كما سبق وذكرنا.

وقد تزامنت الدراسات التي اهتمت بتأثير وسائل الإعلام واهتمام الدول المتقدمة صناعيا بالدول النامية بحجة رفع مستواها الاقتصادي والصحي لهذه الأخيرة، وقد يفسر ذلك سبب اهتمام علماء الاجتماع الريفي مثلا بنتائج تلك الدراسات التي ساعدتهم في تحديد.الأسلوب الأمثل الذي يمكن أن يتبعوه لنشر الأفكار الجديدة، من أجل تبني سلوكيات أفضل، سواء في المجال الزراعي أو الصحي، أو خلافه.

ومن أهم الدراسات التي تنتمي إلى هذه المدرسة والتي أجريت في مصر، نذكر الرسالة التي تقدم بها الزميل محمود عوده للحصول على درجة الدكتوراه من قسم اجتماع بكلية الآداب جامعة عين شمس، والتي نشرت في كتاب صدر عن دار المعارف عام ١٩٧١م بعنوان "**أساليب الاتصال والتغير الاجتماعي:** دراسة ميدانية في قرية مصرية" وقد سبق لنا الإشارة إليها.

٤ ـ القيم الثقافية

لا ينظر دي فلور إلى القيم الثقافية على أنها نظرية ثابتة، لكنه يعتبرها مجموعة من الفروض البديهية. وتشكل القيم الثقافية قواعد و قوالب وأنماطا للسلوك يفرضها المجتمع قبل أعضائه ويقبلها منهم.

ويسود الاعتقاد أن وسائل الإعلام يمكنها أن تقوم بتعديل سلوك الأفراد، بل وتغييرها، لكي يتلاءم هذا السلوك والقيم الثقافية السائدة في المجتمع، وأن وسائل الإعلام يمكنها ان تعلم الطفل – بل والبالغين أيضا- القيم الواجب اتباعها واحترامها داخل المجتمع، وذلك من خلال التمثيلية والأغنية... أفضل من البرامج المباشرة، إلا أن هذا لا يمنع من أننا نجد هناك من يحذر من التأثير المضاد لوسائل الإعلام، وخاصة التليفزيون – على القيم الثقافية داخل المجتمع.

ثالثا- الدور الوظيفي لوسائل الإعلام: فسيولوجية وسائل الإعلام

بالرغم من أن هناك من قد يرى أن وسائل الإعلام هي تطور طبيعي، وأن التعرض له يحدث تلقائيا دون أسباب محددة، وبغير إعمال فكر أو تدقيق – والذي قد يظهر في البحوث الميدانية عند الإجابة عن أسباب شراء جهاز التليفزيون بأنه " قد اشتراه لأنه لا يريد أن يكون أقل من الآخرين"، إلا أننا ننظر إلى هذا الموضوع من الناحية الفسيولوجية. مثل نظرة الاقتصاديين إلى بعض السلع بأن هناك وظيفة أساسية وهي التي تختفي وراء الأسباب التي تجعل الفرد يقبل على شراء السلعة، ووظيفة، أو وظائف أخرى ، تظهر بعد عملية الحيازة.

ولنأخذ السيارة مثالا لذلك. فالفرد قد يلجأ إلى شراء السيارة لكي يتمكن من الذهاب إلى عمله في موعده متجنبا زحام المواصلات ومشاكل سيارات الأجرة...، وبحلول السيارة في حياته ، تظهر لدى صاحبها حاجات ثانوية أخرى قد تصبح في حكم الحاجات الأساسية فيما بعد ، عند استخدام السيارة مثلا لقضاء عطلة نهاية الأسبوع خارج المدينة، أو الذهاب في نزهات في ليالي الصيف، أو الخروج إلى الحدائق العامة في الهواء الطلق بعد يوم عمل شاق...، ونقيس على ذلك سلعا أخرى متعددة في حياتنا العادية وإن اختلفت نوعية الحاجات التي تشبعها.

وبالنسبة لوسائل الإعلام، تختفي الوظيفة الأساسية هنا أيضا وراء أسباب شراء وحيازة الوسيلة؛ فإنه بالنسبة للصحيفة مثلا، قد نجد بعض الأشخاص يشترونها لمعرفة الأسعار في البورصة المالية، أو لتفقد صفحات الوفيات، أو لقراءة الصفحة الرياضية، أو لمعرفة برامج التليفزيون...، بل إنّ بعض الأفراد لا يهمهم من الصحيفة سوى قراءة باب الحظ الخاص بالأبراج قبل بداية أعمالهم الروتينية اليومية، أو حل الكلمات المتقاطعة...

وهكذا تختلف الوظيفة الأساسية للصحيفة ـ كما نرى ـ تبعا لعدة متغيرات أهمها الاختلافات الفردية بين شخص وآخر، والجماعات التي ينتمي إليها، وقيمه الثقافية.

ولكن الفرد الذي يتخذ قراره بشراء الصحيفة لتلبية حاجة أساسية لنوع معين من المعرفة، فإلى جانب "باب الحظ" في صحيفته المفضلة، فإنه يقرأ أبوابا أخرى وموضوعات لم تكن تدخل في اهتماماته الشخصية، وذلك بطريق الصدفة البحتة لمجاورة بابه المفضل الذي يهوى الاطلاع عليه في الصحيفة، أو تلبية لغريزة حب الاستطلاع، ومن باب العلم بالشيء أو لملء فراغ يعاني منه.

وباستمرار التعرض لهذا الموضوع المجاور لبابه المفضل في الجريدة، قد يتطور التعرض لكي يصبح في يوم ما دافعا لشراء الصحيفة فيما بعد ويتحقق التعرض الانتقائي. ولنأخذ لذلك مثلا الباب الخاص بالبحث عن عريس أو عروس؛ فقد يشتري فرد صحيفته اليومية، أو الأسبوعية، لمعرفة نتائج مباريات كرة القدم، إلا أنه، وبالصدفة، قد يتعرض لباب أريد عريسا أو أريد عروسا، ويدفعه حب الاستطلاع في بداية الأمر إلى إلقاء نظرة على المضمون الذي يحتويه هذا الباب، وقد تطول فترة الاستكشاف هذه عدة أسابيع، تجعله يفكر في الاتصال بكاتب هذا الباب الذي أثار لديه هذه الرغبة الكامنة في البحث عن النصف الآخر الذي يمكن أن يشاركه حياته.

ما سبق ذكره بخصوص "البرامج المجاورة" يفسر اهتمام المعلن في التليفزيون بوضع إعلانه عن سلعته في الفترة التي تسبق – أو التي تلي – البرامج التي تجذب أكبر نسبة من المشاهدين حتى ولو ارتفع سعر الدقيقة للإعلان فيها عن السعر في أي وقت آخر[1]، وسوف نعطي أمثلة ذلك عند الحديث عن التليفزيون المصري.

---

(١) انظر سعر الإعلان بالنسبة للتليفزيون المصري في الفصل المخصص للحديث عن التليفزيون المصري.

أما بالنسبة لجهاز الراديو، وقد لمسنا تطورا ملحوظا في وظيفته الأساسية في السنوات الأخيرة، فقد كانت وظيفته الأساسية في فترة من فترات تاريخنا السياسي الاستماع إلى النشرات الإخبارية، ونقصد هنا بطبيعة الحال أسباب شراء الجهاز، إلا أننا قد نجد وظيفة الراديو الأساسية لدى بعض الأفراد الاستماع إلى تلاوة القرآن الكريم، أو التسلية التي تظهر في الجملة التي قالها أبي لأمي، رحمهما الله، عندما أحضر لها جهاز الراديو إلى المنزل: " لقد أحضرت لك ما يسليك عندما يكون الأولاد في المدارس"(٢).

وفي خضم هذا التطور التكنولوجي الذي نعيشه مع وسائل الإعلام، ظهرت وظيفة أخرى مستحدثة لجهاز الراديو وهي تشغيل الشرائط المسجلة أو تعبئتها لتكوين مكتبة خاصة، محطة إذاعة "حسب الطلب"، وأصبح الراديو بالنسبة لبعض الناس مجرد رفيق في السيارة للتسلية أو سماع نشرات الأخبار ...

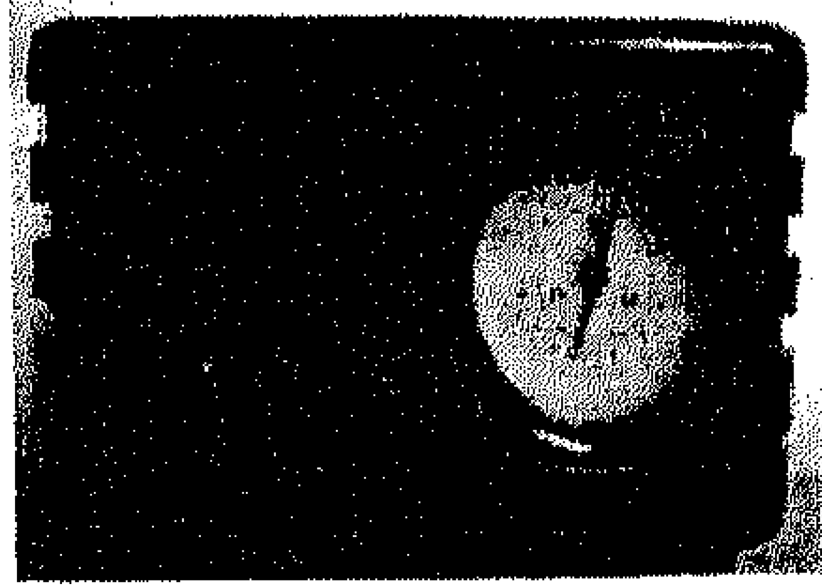
كذلك الحال بالنسبة لجهاز التليفزيون، الذي تحولت وظيفته الأساسية التي تختفي وراء شرائه وحيازته لكي يصبح مجرد وسيلة لتشغيل الفيديو كما لمسنا ذلك بأنفسنا بالنسبة لبعض المغتربين في فرنسا، وإن كان كل ذلك مازال في حكم الفرض حتى التأكد من صحة ذلك عن طريق الدراسات الميدانية.

باختصار شديد، يمكننا هنا تحديد ثلاث وظائف "كلاسيكية" يمكن أن ننسبها لوسائل الإعلام نتناولها بالتفصيل في المباحث التالية وهي:

١- الإعلام
٢- التثقيف
٣- التسلية أو الترفيه والترويح وشغل وقت الفراغ.

---

(٢) أول جهاز راديو دخل بيتنا في الأربعينيات، وفيه تظهر محطات الراديو بالاسم، فقد كان عدد محطات الراديو محدودا، ويعمل على الموجات القصيرة والمتوسطة، ويعمل بلمبات كهربائية، وكنا نستخدم له سلكا نلفه حول السطح ليعمل عمل الإريال بالنسبة للتليفزيون، وسلكا آخر أرضي نثبته على ماسورة المياه.



الراديو ماركة فيليبس، ويبدو أنني متأثرة به كثيرا - فهو أول جهاز كهربائي عرفته في حياتي - ويعمل بعدة لمبات كهربائية كبيرة حجما، فقد بحثت عن هذه الماركة عند شراء راديو ليرافقني عندما سافرت إلى الفلبيين في بداية الستينيات، واشترينا كل أجهزة المنزل الكهربائية من نفس الماركة عندما كنا في فرنسا... ومازلنا نحتفظ بأول جهاز راديو في حياتنا حيث نضعه في الصدارة في غرفة المعيشة في مدخل الشقة... ذكريات...

المبحث الخامس
العلاقة بين تكنولوجيا الاتصال في مجال الراديو والإذاعة التقليدية

عندما ظهر التليفزيون، اعتقد كثيرون أنها بداية النهاية للسينما. ولكن سرعان ما استعدت السينما لهذا المناخ لكي تتعايش مع الوافد الجديد، فظهرت السينما بالألوان، ثم السينما سكوب، ثم استخدام مؤثرات في صالات السينما، ثم ظهرت أفلام البعد الثالث، ولن نتحدث عن مضمون الأفلام الذي بدأ هو أيضا يتغير للأفضل... وعاشت السينما حتى الآن جنبا إلى جنب بجوار التليفزيون، إذ لم ينصرف عن صالات السينما محبوها من الهواة (Cinéfiles). كذلك كان الأمر بالنسبة للراديو، حيث ساد الاعتقاد بأنه لن يعيش في عصر التليفزيون حيث الصورة تصاحب الصوت بينما الراديو صوت فقط.

والراديو التقليدي، الذي يمكن الاستماع إليه على الموجات المتوسطة والموجات القصيرة، له عيوب تعوق نجاحه[١]، خصوصا بالنسبة لظاهرة التداخل، وظاهرة الخفوت والتلاشي، ولكن الراديو حاول هو أيضا أن يحسن من وضعه، فظهرت المحطات المتخصصة والإقليمية، وزاد عدد المحطات، وانتقل الراديو ليعمل أيضا على الترددات المعدلة في شريحة الموجات القصيرة جدا (ذات الترددات العالية جدا)، فاحتل الراديو جزءا من هذه الترددات والمعروفة بالمختصر الإنجليزي "FM"[٢] لإذاعة برامج تحتاج في نقلها لدقة عالية، وخصوصا المواد الموسيقية، وسرعان ما استخدمت شريحة الترددات هذه في مصر في برامج أخرى لا تمت للموسيقى بصلة، كما لاقت إذاعات "الإف إم" التى تقدم الأغاني الخفيفة إقبالا شديدا من الشباب...

وإلى جانب برامج الإذاعة المسموعة بالراديو هذه، خرجت بعض محطات إذاعية على الأقمار الصناعية. ولكننا نتحفظ هنا، إذ إن استقبال البث الوافد عبر الأقمار الصناعية مازال قاصرا في المنازل على استقبال القنوات الفضائية، الصوت والصورة معا، ومن الصعب تخيل أن هناك من يتعرض للراديو عبر الأقمار الصناعية، إلا فيما ندر، لسماع برنامج بعينه مثلا من الصعب الاستماع إليه عن طريق جهاز الراديو بكل التشويش الذي يؤثر على الرسالة...

ثم حدث تطور تكنولوجي جديد جعل في الإمكان الاستماع لمحطات الراديو من على شبكة الإنترنت بكل ما تتميز به من إمكانيات في نقاء الصوت وعدد المحطات الإذاعية، وحيث يمكن الاستماع لمحطة الإذاعة فى أثناء القيام بعمل آخر، بل وظهرت محطات إذاعة جديد خاصة بشبكة الإنترنت، معظم القائمين عليها من الشباب، وبدأ بها الهواة، حيث إنشاء محطة إذاعة على الإنترنت لا تكلفهم شيئا...

---

(1)Frequency Modulation.

للاستزادة فى هذا الموضوع، ارجع إلى كتابنا: محاولات الإنسان الاتصال سلكيا ولاسلكيا. **مرجع سابق.**

(٢) للاستزادة، ارجع إلى كتابنا: الإعلام الدولي عبر الأقمار الصناعية. **مرجع سابق.**

أولا ـ الراديو عبر الأقمار الصناعية

لن نتحدث هنا عن نشأة الإذاعة المسموعة بالراديو، وأنها بدأت في مصر بإذاعات أهلية حتى ظهرت الإذاعة المصرية الرسمية، فالمراجع كثيرة التي تناولت هذا الموضوع...، كما أننا لن نتحدث عن الراديو "الهيرتزي" (نسبة للألماني هنري هيرتز) عبر موجات الطيف الترددي، الموجات المتوسطة والموجات القصيرة بوجه خاص وزاد عليها ترددات الإف إم "FM" في شريحة الموجات القصيرة جدا، الميكروويف، ذات الترددات العالية جدا المعروفة بالمختصر "VHF"(Very High Frequency)[1]، فسوف نقصر حديثنا عن التكنولوجيا الحديثة للراديو وعلاقتها بالراديو التقليدي، وحيث شاع استخدام مصطلح الراديو الفضائي على الإذاعات التي تصلنا عبر الأقمار الصناعية بوساطة موجات التليفزيون

وهناك من يطلق على هذا النوع من الأقمار اسم "الراديو الفضائي"، حيث يمكن تعريفه بأنه الراديو الذي يتم استقبال إرساله مباشرة من الأقمار الصناعية الخاصة بالاتصال (راديو وتليفزيون، بل وعبر أقمار خاصة بالراديو وحده حاليا)، والتي هي أقمار رقمية (مثل نايل سات)، ويمكن لأي مستمع في أي بقعة من العالم الاستماع لأي إذاعة تخرج على القمر الصناعي في أي مكان في العالم دون عناء وبنقاء شديد ووضوح، بشرط أن يكون هذا الفرد معه جهاز استقبال طبعا، وأن يكون موجودا في منطقة بصمة القدم (Foot Print) لهذا القمر (وهي المنطقة التي يغطيها إشعاع القمر). فقد ظهرت في الآونة الأخيرة أقمار صناعية مخصصة للإرسال الإذاعي المسموع، أقمار رقمية، حيث كان الراديو الفضائي يبث عبر أقمار تحمل قنوات فضائية تليفزيونية أيضا.

أ ـ أقمار صناعية خاصة بالراديو في الولايات المتحدة

- قمر سيروس الإذاعي SIRIUS SATELLITE RADIO الذي يوفر أكثر من ١٠٠ قناة إذاعية،
- وقمر "إكس إم" الإذاعي XM SATELLITE RADIO الذى يوفر للمستمع ما يزيد على٢٣ محطة إذاعية (إخبارية ورياضية وترفيهية وثقافية) والتي يتطلب الاستماع إليها اقتناء أجهزة استقبال خاصة بهذه الأقمار الصناعية،
- ومن المهم الإشارة هنا إلى ظهور أقمار صناعية مخصصة للإرسال الإذاعي التربوي والتنموي تتمثل في مشروع الراديو الفضائي،[2] "World Space"، الذي ينطلق مما يروج له كثير من علماء التربية، وهو أن الاستماع للراديو ينشط الذهن وينمي الخيال بينما مشاهدة التليفزيون تدفع الى الكسل العقلي وتحول المشاهد الى مجرد مستقبل. ويقوم هذا المشروع على فكرة يروج لها كثير من علماء التربية وهي أن الاستماع الى الراديو ينشط الذهن وينمي الخيال بينما مشاهدة التليفزيون تدفع الى الكسل العقلي وتحول المشاهد الى مجرد مستقبل، وهي وجهة نظر نراها مطابقة لمقولة مارشال ماكلوهان، الذي صنف

---

(١) للاستزادة، ارجع لكتابنا: الإعلام الدولي عبر الأقمار الصناعية. **مرجع سابق.**

(٢) مؤسسة أمريكية لا تهدف للربح. ويديرها نوح سمارا (Noh.A.Sa) وهو أمريكي من أصل سوداني، وقد تبنى هذا المشروع التربوي الذي يهدف الى الوصول لجمهور الدول النامية.

وسائل الإعلام بأن منها "وسائل ساخنة"، وأخرى "باردة"، ومن الوسائل الساخنة الراديو الذي يسمح للمستمع بالمشاركة في تصور الأحداث والشخصيات، بينما التليفزيون وسيلة باردة، إذ ينقل للمشاهد الصوت والصورة الملونة والحركة...، وكل ما يفعله المشاهد هو تلقي الإشارة، مجرد مستقبل...(١)

ومن أهداف مشروع سبيس وورلد ما يلي:

١-تطوير البرامج التعليمية وتقديم المعلومات للناس في المناطق النامية من العالم وتستهدف خاصة الأشخاص التي تعاني من الأمية والفقر والعزلة الاجتماعية.
٢-تنمية أفريقيا والشرق الأوسط وآسيا وأمريكا اللاتينية والقضاء على الظلام والمرض واليأس ومعالجة القضايا التنموية مثل الصحة والزراعة والتعليم والبيئة والمرأة.
٣-ربط المستمعين في مختلف أنحاء العالم ببرامج الإذاعة المسموعة الثقافية والتعليمية والترفيهية.

ب - التكنولوجيا المستخدمة

يعمل هذا المشروع من خلال نظام البث الإذاعي الرقمي الفضائي، والراديو الفضائي هو راديو رقمي.

ويمكن من خلال هذه التكنولوجيا الوصول الى المعلومات حتى في غياب الكهرباء والاتصالات التليفونية، وقد قام المشروع على إطلاق ثلاثة أقمار صناعية مدارية للبث الإذاعي الى الفضاء كما يلي:

١- قمر نجم أفريقيا (افريستار)Afristar وتم إطلاقة في عام ١٩٩٨م
٢- قمر نجم آسيا (آسيا ستار) Asiastar وتم إطلاقة في عام ٢٠٠٠م
٣- قمر نجم أميكا (أمريستار) Amristar وتم إطلاقة في عام ٢٠٠١م

أجهزة استقبال حيث يتطلب استقبال الارسال الإذاعي الفضائي اقتناء أجهزة استقبال خاصة ويوجد في السوق أربع نماذج للراديو الفضائي تتراوح أسعارها ما بين ١٣٠ دولار أمريكيا الي ٢٠٠ دولار للحصول على صوت رقمي واضح يتم تحريك المؤشر للقناة التي يريد الشخص الاستماع اليها ليستمع الى برامج واضحة الارسال حيث يتمتع الجهاز بآلية الضبط الآلي Auto-tuning. ويجهز جهاز استقبال World Space بطبق صغير مقاوم للماء ومستقل ع الجهاز لإمكانية فصلة ويعمل هذا الطبق اللاقط على استقبال الاشارات الرقمية من قمر World Space .ويمكن تشغيل هذا الجهاز بالبطاريات العادية أو الطاقة الكهربائية أو الطاقة الشمسية ،كما أن له القدرة على استقبال الموجة المتوسطة والقصيرة وبه جهاز كاسيت . كما يمكن للمهتم بخدمة الوسائط المتعددة مثل تحميل نص أو

---

(1) M. M.- Pour comprendre les media. Op. Cit.
(كلمة Media، هي جمع لكلمة Medium اللاتينية، ولذلك كانت تكتب بدون إضافة حرف S للجمع. ولكنهم في فرنسا حاليا، "فرنسوا" الكلمة، حيث يستخدمون في قاموسهم كلمة Media للمفرد ويضاف إليها حرف لتصبح الكلمة Medias جمعا في اللغة الفرنسية).

رسوم بيانية أن يقوم بتوصيل جهاز الراديو بالكمبيوتر مستخدما كارتا محولا خاصا يوزع بثمانية وثلاثين دولارا أمريكيا يضم برنامج التشغيل الخاص بـWorld Space لتشغيل هذه الخدمة.

ت ـ مزايا راديو الأقمار الصناعية

١ـ توفير إرسال إذاعي رقمي يتميز بانعدام التشويش وتداخل الموجات وجودة الصوت ومنطقة تغطية وانتشار واسعة.

٢ـ لا يتأثر الإرسال الإذاعي بحلول الليل والذي يطلق عليه المتخصصون تأثير الليل وكذلك ينعدم التأثير بالجبال وعبور البحار والمحيطات والتي عند شواطئها يحدث انكسار للموجات الارضية ولاشك ان إطلاق قمر صناعي من المدار الثابت يلغي الحاجة الى محطات التقوية وإعادة الإذاعة لأن القمر الثابت يغطي ثلث الكرة الأرضية.

٣ـ تنوع القنوات الإذاعية التي يمكن الاستماع اليها واختيارها بل واختيار اللغة المفضلة حيث تتوافر البرامج بلغات متعددة كاللغة الإنجليزية والفرنسية والالمانية والهندية والاوردية والسواحيلية .

ولأقمار World Space إمكانية هائلة تتيح استخدامها في التعلم عن بعد فهي توفر فرصة فريدة للتزامنية وتدريب الدارس في نفس الوقت مباشرة .

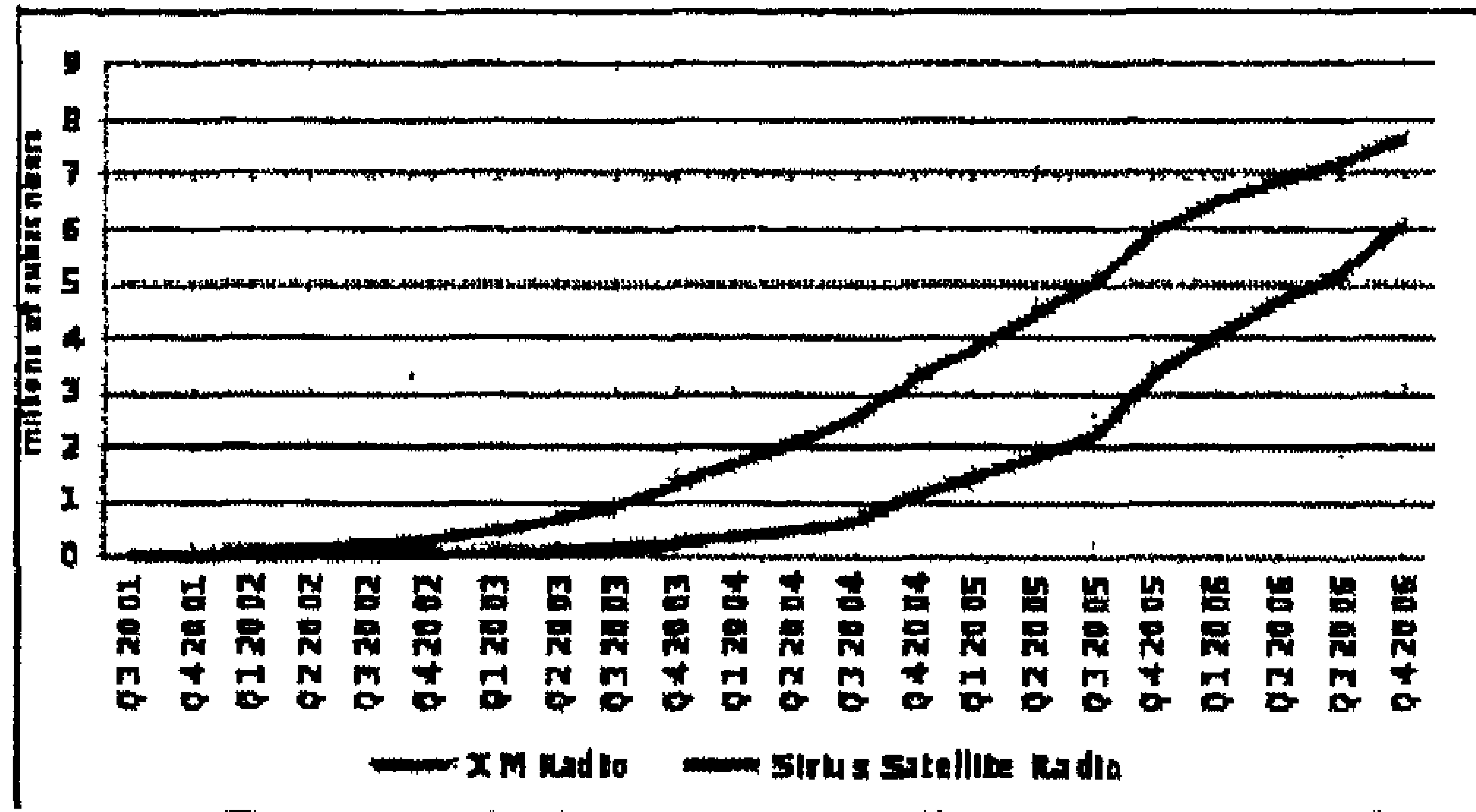
ويمكن تحميل مواقع جاهزة مسبقا على جهاز الكمبيوتر الشخصي مباشرة وبدون اتصال بالإنترنت ودون حاجة لوجود خط تليفون وسيكون هذا عاملا مهما في وفرة المعلومات في العديد من المناطق التي لا يتوافر فيها الانترنت إما بسبب الثمن أو عدم توافر خطوط التليفون ولإمكانية توصيل الراديو الفضائي بالكمبيوتر للحصول على البيانات والمعلومات فائدة كبيرة في المجال التعليمي لأنه يعوض غياب الرؤية لدى الدارس. وسوف يمكن الراديو الفضائي حوالى ٨٠% من سكان العالم من الارتباط بعضهم ببعض عن طريق الاقمار الصناعية بواسطة الراديو الفضائي المحمول .

وسيضاعف كل هذا التطور من الاثر الفعال للراديو كأداة من أدوات التنمية الاجتماعية وخاصة **فى الدول النامية.** ويوفر جهاز الاستقبال الفضائي إمكانية عرض الصور المتحركة مصاحبة للصوت.

ث ـ أهم شركات لراديو الأقمار الصناعية

XM، هي أكبر شركة راديو الأقمار الصناعية في الولايات المتحدة، وهي واحدة من إذاعتين عبر الأقمار الصناعية (SDARS الخدمات) في الولايات المتحدة وكندا، والتي تديرها سيريوس راديو XM. والمقابل المدفوع لخدمة الإذاعة، يماثل ما يدفع مقابل التلفزيون الكابلي. وخدمات هذه الإذاعة تشمل ٧٣ قناة للموسيقى المختلفة، والأخبار الرياضية، وقنوات نقاش، والترفيه، و٢١ قناة إقليمية، وحركة المرور وحالة الطقس، و٢٣ لعبة في القنوات الرياضية.

ويتم تحديد القنوات التي كتبها XM Arbitron مع التسمية "XM" (على سبيل المثال "XM32").وتمتلك الشركة أصولها في عام ١٩٨٨م بتشكيل شركة أمريكية للاتصالات الفضائية المتنقلة (AMSC)، وهي مجموعة من عدة منظمات مكرسة أصلا للبث عبر الأقمار الصناعية من الهاتف والفاكس والبيانات والإشارات. وفي عام ١٩٩٢م، أنشأت AMSC الأمريكية شركة راديو المحمول المخصص لوضع الأقمار الصناعية في خدمة الإذاعة الرقمية، وكان هذا من نسج راديو XM الفضائي والشركة القابضة وذلك في عام ١٩٩٩م. هذا وقد انطلقت خدمة الأقمار الصناعية في مجال الراديو الفضائي في ٢٥ سبتمبر ٢٠٠١م.



الزيادة المطردة في عدد المشتركين فيXMوفي سيريوس حتى نهاية ٢٠٠٦م(1)

وفي ٢٩ يوليو ٢٠٠٨م، تم دمج XM وسيريوس رسميا، بعد موافقة لجنة الاتصالات الاتحادية (FCC) في الولايات المتحدة، وظهور سيريوس راديو XM، وضم شركة الأقمار الصناعية XM مع شركة الراديو. وفي ١٢ نوفمبر ٢٠٠٨م، بدأ البث XM سيريوس. وفي ١٣ يناير ٢٠١١م، تم حل XM راديو الأقمار الصناعية، وشركة بوصفها كيان مستقل، ودمجها في شركة XM سيريوس راديو. وتعد XM أكبر شركة في مجال "راديو الأقمار الصناعية" في الولايات المتحدة(٢). وعلى شبكة الإنترنت، تقدم الشركة خدمة "XMRO" (XM Radio Online)، وتوفر عديدا من محطات الموسيقى والتي يمكن الوصول إليها من أي حاسب آلي مرتبط بوندوز (Windows) أو بماكنتوش "Macintosh"، وعديد من المحطات التي يمكن التعامل معها عبر "iPhone " و " iPod "...

و يقدم راديو الأقمار الصناعية الموسيقى والأخبار والرياضة والحوارات باستخدام حوالي ١٠٠ قناة عبر الأقمار الصناعية...

ويمكن لمن يصله بث هذا القمر الصناعي في مصر أو في غيرها من الدول التي يصلها البث القمري لنايل سات استقبال عدد من الإذاعات، إذاعات مصرية مثل القران الكريم وصوت العرب ونجوم اف ام والشباب والرياضة وسوا...، وأخرى عربية مثل روتانا السعودية والبرنامج الثقافي من السعودية...، والتي استفادت من القمر الصناعي لكي تصل بوضوح

(1) http://en.wikipedia.org/wiki/XM_Satellite_Radio, 11/10/2012
(2) http://en.wikipedia.org/wiki/XM_Satellite_Radio, 11 octobre 2012.

وبدون تداخل بين الإذاعات المختلفة، وبلا خفوت أو تلاشي للصوت، وكلها عيوب نعيشها مع الخدمات الإذاعية التي تستعين بالموجات بالأسلوب التقليدي الذي للراديو.

وفيما يلي نتحدث عن أحدث بحث قمنا به لدراسة العلاقة بين راديو الأقمار الصناعية وراديو الإنترنت والراديو التقليدي عبر موجات الطيف الترددي.

ثانيا - العلاقة بين تكنولوجيا راديو الأقمار الصناعية والإذاعة التقليدية

لمعرفة العلاقة بين تكنولوجيا الراديو عبر الأقمار الصناعية والراديو التقليدي، وعما إذا كان تطور الراديو أدى إلى الانصراف عن الإذاعة التقليدية، أجرينا دراسة ميدانية (في ديسمبر ٢٠١١م) وذلك على عينة عشوائية[١]، وفيما يلي نتائج الدراسة[٢].

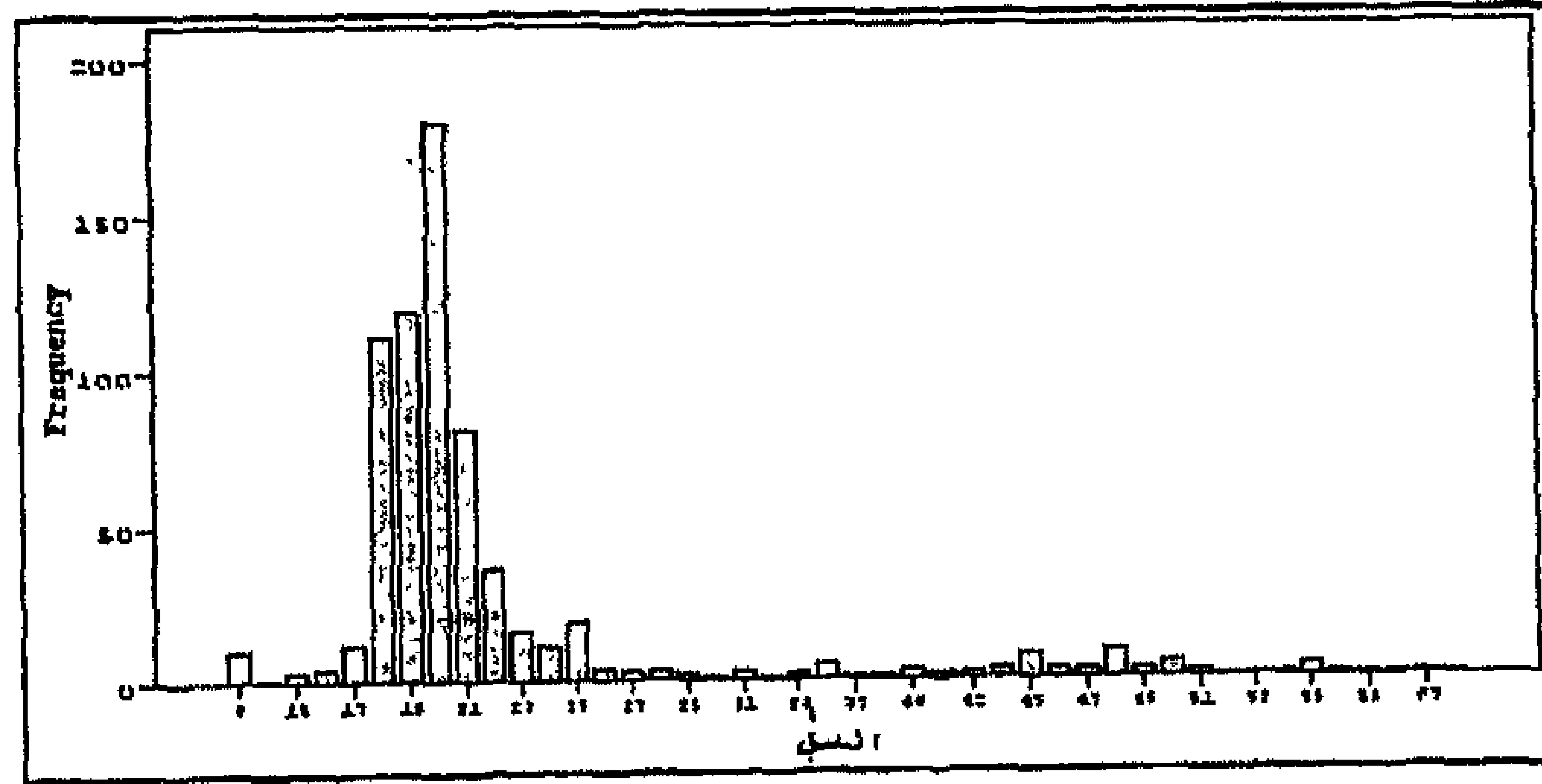
أ - خصائص العينة

طبق هذا البحث على ٦٨٤ مفردة، عدد الإناث ٤١٦ بنسبة ٦٠,٨%، وعدد الذكور ٢٦٨ بنسبة ٣٩,٢%، وترجع الزيادة في عينة الإناث إلى أن طلبة الفرقة الأولى والفرقة الرابعة قسم الإذاعة شاركوا في ملء بيانات صحيفة الاستقصاء، وعدد الإناث في الكلية يفوق عدد الذكور...، أما من حيث الجنسية، فالعينة تتشكل من عدة جنسيات: ٥٩٢مصري، ٨عربي، ٧أجنبي[٣]. أما من ناحية السن، فهو موزع على النحو التالي:

توزيع العينة حسب الفئة السنية[٤]

الفئة السنة	التكرار	النسبة%
أقل من ٢١ سنة	٤٣٠	٦٢,٩
من ٢١ إلى ٣٥ سنة	١٨٧	٢٧,٣
أكبر من ٣٥ سنة	٥٧	٨,٣
بدون إجابة	١٠	١,٥
الإجمالي	٤٨٤	١٠٠%

والرسم التالي يوزع عينة الدراسة حسب عمر المبحوث .



(١) لمعرفة أسباب اختيار العينة ومنهج الدراسة وأدواته يرجى الاطلاع على الدراسة الخاصة بالفيس بوك في الفصل الثامن.

(٢) ساعدت الباحثة فاطمة شعبان في هذه الدراسة الميدانية...

(٣) أفصح البحث عن أن العرب في العينة المدروسة هنا أكثر تعاملا مع الإنترنت عن المصريين، أما الأجانب فهم أقلهم تعاملا مع الإنترنت (٨٣,٣% و٦٦,٣% و٤٢,٩% على التوالي)

(٤) لكثرة الجداول في الكتاب وخصوصا في هذا المبحث، رأينا عدم كتابة أرقام للجداول وأيضا بالنسبة للأشكال

والجدول التالي يوزع العينة تبعا للمستوى التعليمي:

الفئة السنية	التكرار	النسبة%
مؤهل أقل من المتوسط	١١	١,٦
مؤهل متوسط	٥٢٤	٧٦,٦
مؤهل جامعي	١٢٣	١٨,٠
مؤهل فوق جامعي	٢	٠,٣
بدون إجابة	٢٤	٣,٥
الإجمالي	٦٨٤	١٠٠

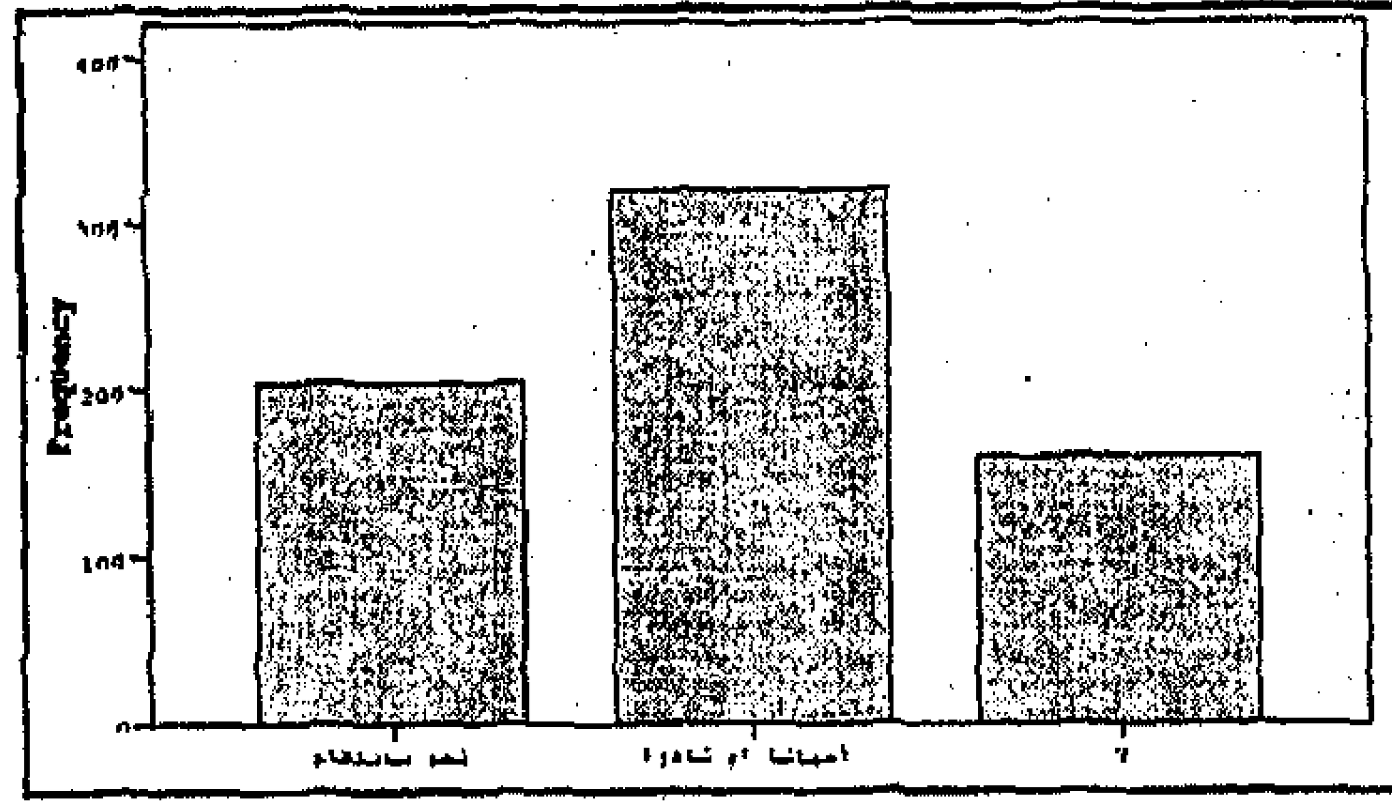
ثالثا ـ نتائج الدراسة الميدانية

١ـ علاقة العينة بالراديو

قرابة ربع حجم العينة في هذا البحث لا تتعامل مع الراديو (٢٣,٤%)(١)، مقابل أكثر من الربع قليلا (٢٩,٨%) فقط يستمعون للراديو بانتظام...

الانتظام في الاستماع للراديو

الانتظام في الاستماع للراديو	التكرار	النسبة%
يستمع له بانتظام	٢٠٤	٢٩,٨
يستمع له نادرا أو أحيانا	٣٢٠	٤٦,٨
لا يستمع	١٦٠	٢٣,٤
الإجمالي	٦٨٤	١٠٠



٢ـ أسماء الإذاعات التي ذكرت العينة أنها تستمع إليها

اسم الإذاعة	التكرار	النسبة%	اسم الإذاعة	التكرار	النسبة%
نجوم إف إم	٩٤	١٣,٧	إذاعة الأغاني	٤	٠,٦
القرآن الكريم	٣٧	٥,٤	صوت العرب	٣	٠,٤
راديو مصر	١٧	٢,٥	نايل اف ام	٣	٠,٤
الشرق الأوسط	٧	١,٠	أم كلثوم	٢	٠,٣
نغم إف إم	٧	١,٠	بي بي سي	٢	٠,٣
محطة مصر	٦	٠,٩	راديو هيتس	٢	٠,٣
الشباب والرياضة	٥	٠,٧	مونت كارلو	١	٠,١
ميجا اف ام	٤	٠,٦	الإجمالي	٦٨٤	١٠٠

---

(١) سألنا طلبة الفرقة الأولى بكلية الإعلام في محاضرة يوم الثلاثاء ٢ أكتوبر ٢٠١٢م عن معرفتهم للإعلامية آمال فهمي، والتي مازالت تقدم برنامجها الناجح "على الناصية"، فوجدنا عددا منهم لم يسمع عنها...، ويبدو أن الفضائيات تكفيهم ولا يهتمون بالراديو...

يلاحظ من الأسماء المذكورة في الجدول السابق **تصدر الإذاعات الشبابية**، حيث جاءت على رأس القائمة هنا إذاعة نجوم إف إم، ولكن ظهرت في العينة أيضا إذاعة القرآن الكريم، وصوت العرب، وأم كلثوم[١]...

٣ـ محطات الإذاعة التي تستمع إليها العينة من الموبايل

اسم الإذاعة	ك	%	اسم الإذاعة	ك	%
نجوم إف إم	٤٧	٦,٨٧	راديو هيتس	٢	٠,٣
راديو مصر	٩	١,٣	صوت العرب	١	٠,١
القرآن الكريم	٦	٠,٩	إذاعة الأغاني	١	٠,١
نغم إف إم	٤	٠,٦	الشرق الأوسط	١	٠,١
محطة مصر	٣	٠,٤	راديو مصر	١	٠,١
ميجا إف إم	٢	٠,٣	بدون إجابة	٦٠٧	٨٨,٧
الإجمالي				٦٨٤	١٠٠

نسبة قليلة في العينة المدروسة (لا تتجاوز هنا ١٠,١٣%) هي التي تستمع لإذاعات من الموبايل، بالرغم من انتشار هذه التقنية في أيديهم، فالوظيفة الرئيسية للموبايل للاتصالات الهاتفية مازالت هي الغالبة.

٤ـ علاقة الاستماع للإذاعات ببعض العوامل الديمغرافية

أ ـ الاستماع لإذاعة الإف إم حسب النوع الاجتماعي

الاستماع لإذاعة الإف إم	النوع الاجتماعي				الاجمالي	
	ذكر		انثى			
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
نعم بانتظام	٤٨	٦٣,١	٩٣	٧٢,٧	١٤١	٦٩,١
أحيانا أو نادرا	١٧	٢٢,٤	٢٢	١٧,٢	٣٩	١٩,١
لا	١١	١٤,٥	١٣	١٠,١	٢٤	١١,٨
الإجمالي	٧٦	١٠٠	١٢٨	١٠٠	٢٠٤	١٠٠

خرج هذا البحث بأن الإناث في العينة المدروسة قد يكن أكثر إقبالا على الاستماع لإذاعة الإف إم من الذكور.

ب ـ الاستماع لمحطات اذاعة على الموجات القصيرة بحسب النوع

الاستماع لمحطات إذاعة على الموجات القصيرة	النوع الاجتماعي				الإجمالي	
	ذكر		انثى			
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
نعم بانتظام	٨	١٠,٥	٢	١,٦	١٠	٤,٩
أحيانا أو نادرا	١٥	١٩,٧	٢٢	١٧,٢	٣٧	١٨,١
لا	٥٣	٦٩,٧	١٠٤	٨١,٣	١٥٧	٧٧,٠
الإجمالي	٧٦	١٠٠	١٢٨	١٠٠	٢٠٤	١٠٠

(١) على شاشة التليفزيون سمعنا أحد الأشخاص يقول إن المختصر (OK) والذي يفيد بأن كل شيء تمام، أو موافقة، هي اختصار لاسم أم كلثوم!!

لخصائص الموجات القصيرة، لم يظهر إقبال من العينة على الاستماع لمحطات الإذاعة التي تخرج على الموجات القصيرة، والتي هي في الغالب إذاعات موجهة للمستمعين خارج مصر، إلا أن عشرة وبنسبة ٤,٩% من إجمالي من يستمعون للإذاعة هنا (٢٠٤ مفردات) يقولون إنهم منتظمون منتظمون في الاستماع إليها، ووجدت علاقة هنا بين الاستماع لإذاعات على الموجات القصيرة والمستوى التعليمي (وحيث دلالة مربع كاي هنا 002.)، ووجدت علاقة قوية جدا هنا مع السن (000.)، وأيضا مع العمل، ومع النوع 012.، وإن كنا نشك في هذه النتيجة، خصوصا عندما نعرف أسماء المحطات التي قيل إنهم يستمعون إليها على الموجات القصيرة والتي كل من ذكرها مصريون وهي:

اسماء محطات قيل إن العينة تستمع إليها على الموجات القصيرة	النوع الاجتماعي		الإجمالي
	ذكور	إناث	
القرآن الكريم	٢	١	٣
إذاعة الشرق الأوسط	٣	٠	٣
ام كلثوم	١	٠	١
البرنامج العام	١	٠	١
الإجمالي	٧	١	٨

ت ـ الاستماع لمحطات إذاعة على الموجات المتوسط حسب النوع الاجتماعي

الاستماع لمحطات إذاعة على الموجات المتوسطة	النوع الاجتماعي				الإجمالي	
	ذكور		إناث			
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
نعم بانتظام	٩	١١,٨	٨	٦,٣	١٧	٨,٣
أحيانا أو نادرا	١٣	١٧,١	١٩	١٤,٨	٣٢	١٥,٧
لا	٥٤	٧١,١	١٠١	٧٨,٩	١٥٥	٧٦,٠
الإجمالي	٧٦	١٠٠	١٢٨	١٠٠	٢٠٤	١٠٠

بيانات الجدول عاليه تشير إلى أن هناك احتمالا في أن يكون الذكور أكثر استماعا للإذاعات على الموجات المتوسطة وأكثر انتظاما في متابعتها، والذي نتركه فرضا لدراسة تالية بإذن الله، ولكن البحث أشار إلى وجود علاقة قوية بين الاستماع لإذاعات على الموجات المتوسطة والسن حيث كانت دلالة كا^2 هنا 000.، وأيضا بالنسبة للعلاقة مع العمل، كما وجدت أيضا هذه العلاقة القوية بين الاستماع لإذاعة بعينها والمستوى التعليمي.

أما محطات الإذاعة التي على الموجات المتوسطة وذكرت العينة أنها تستمع إليها فعددها محدود وكذلك عدد من ذكروها هي:

أسماء إذاعات على الموجات المتوسطة تستمع لها العينة	النوع الاحتماعي		الإجمالي
	ذكور	إناث	
القرآن الكريم	٤	٣	٧
البرنامج العام	٢	٣	٥
الشرق الأوسط	١	١	٢

صوت العرب	١	-	١
الشباب والرياضة	-	١	١
الإجمالي	٨	٨	١٦

ث ـ الاستماع لمحطات إذاعة على الموجات الطويلة حسب النوع الاجتماعي

الاستماع لمحطات إذاعة على الموجات الطويلة	النوع الاجتماعي				الإجمالي	
	ذكور		إناث			
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
نعم بانتظام	٤	٥,٣	٨	٦,٣	١٢	٥,٩
أحيانا أو نادرا	٨	١٠,٥	١٤	١٠,٩	٢٢	١٠,٨
لا	٦٤	٨٤,٢	١٠٦	٨٢,٨	١٧٠	٨٣,٣.
الإجمالي	٧٦	١٠٠	١٢٨	١٠٠	٢٠٤	١٠٠

عدد الذين ذكروا أنهم يستمعون بانتظام لمحطات إذاعة على الموجات الطويلة ١٢ مفردة فقط، تسع حالات منهم مؤهل جامعي وثلاث مؤهل متوسط، وسبع حالات سنهم أكبر من ٣٥ سنة (دلالة مربع كاي هنا 000.، وأيضا بالنسبة للسن والمستوى التعليمي والعمل) وكلهم مصريون، حيث وجدت علاقة بين الاستماع لإذاعات على الموجات الطويلة والعمل (مربع كاي هنا 002.)،وقد ذكرت ثلاث محطات فقط قيل إنهم يستمعون لها على الموجات الطويلة وهي:

- القرآن الكريم، ثلاثة ذكور وثمان إناث،
- الشرق الاوسط، أنثى واحدة،
- البرنامج العام، مبحوث واحد.

وهذه نتيجة نضعها بين هلالين، وتفسير ذلك يعرفه من يقرأ ما نكتبه عن الموجات المستخدمة في الإذاعة حاليا[١].

ج ـ الاستماع للمحطات الإذاعية من القمر الصناعي على شاشة التليفزيون بحسب النوع

الاستماع للمحطات الاذاعية من القمر الصناعي على شاشة التليفزيون	النوع				الإجمالي	
	ذكور		إناث			
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
نعم بانتظام	١٣	١٧,١	١٦	١٢,٥	٢٩	١٤,٢
أحيانا أو نادرا	٢١	٢٧,٦	٢٧	٢١,١	٤٨	٢٣,٥
لا	٤٢	٥٥,٣	٨٥	٦٦,٤	١٢٧	٦٢,٣
الإجمالي	٧٦	١٠٠	١٢٨	١٠١	٢٠٤	١٠٠

نسبة الذكور هنا أكثر من نسبة الإناث في العينة المدروسة، وخصوصا في الفئة السنية من ٢١ ــ ٣٥ سنة هنا، والذين يستمعون بانتظام للراديو الفضائي عبر القمر الصناعي، حيث تم تحميل عدد من المحطات الإذاعية على نايل سات بالإضافة للقنوات الفضائية التي يعرفها الجميع. وفيما يلي أسماء محطات الإذاعة التي ذكر المبحوثون أنهم يستمعون لها عبر القمر الصناعي.

(١) ارجع لكتابنا: الإعلام الدولي عبر الأقمار الصناعية. مرجع سابق.

أسماء محطات إذاعية تستمع إليها العينة على شاشة التلفزيون عبر القمر الصناعي	النوع		الإجمالي
	ذكور	اناث	
نجوم إف إم	٧	٩	١٦
راديو مصر	١	٢	٣
القرآن الكريم	٢	١	٣
إذاعة الأغاني	٠	٢	٢
ميجا إف إم	٠	١	١
صوت العرب	١	٠	١
الشباب والرياضة	١	٠	١
أغاني إف إم	١	٠	١
الإجمالي	١٣	١٥	٢٨

د ـ الاستماع لمحطات الاذاعة من الانترنت حسب النوع

الاستماع لمحطات الاذاعة من الإنترنت	النوع				الإجمالي	
	ذكور		إناث			
	ك	%	ك	%	ك	%
نعم بانتظام	١٣	١٧,١	٢٣	١٨,٠	٣٦	١٧,٦
أحيانا أو نادرا	١٤	١٨,٤	٣٠	٢٣,٤	٤٤	٢١,٦
لا	٤٩	٦٤,٥	٧٥	٥٨,٦	١٢٤	٦٠,٨
الإجمالي	٧٦	١٠٠	١٢٨	١٠٠	٢٠٤	١٠٠

خرج هذا البحث بنتيجة مفادها أن إذاعات الإنترنت لها جمهورها في العينة المدروسة، وحيث لا يوجد اختلاف بين الذكور والإناث هنا بالنسبة للاستماع لهذه المحطات بانتظام، وخصوصا بالنسبة للفئة السنية من ٢١ إلى ٣٥ سنة (دلالة مربع كاي هنا 001.)، وذوي المؤهل المتوسط من أبناء مصر وأشقائهم العرب بوجه خاص.

أما عن أهم إذاعات الإنترنت التي يستمع إليها شباب العينة، فنحن أمام ثلاث محطات رئيسية، وإن كانت نسبة الاستماع إليها هي أيضا محدودة، وهي إذاعة نجوم إف إم، وراديو اليوم السابع، وراديو حريتنا على التوالي.

اسماء المحطات الاذاعية من الانترنت	التكرار	اسماء المحطات الاذاعية من الانترنت	التكرار
نجوم إف إم	٨	صوت بلدنا	١
راديو اليوم السابع	٧	راديو جاهين	١
راديو حريتنا	٥	راديو اسامة منير	١
بي بي سي	٢	القران الكريم	١
gole	٢	الشيخ محمد جبريل	١
ميجا إف إم	١	اذاعة رابيا	١
محطة مصر	١	DiabFm	١
ماعت	١	الإجمالي	٣٤

خ ـ الاستماع لمحطات الاذاعة من الموبايل حسب النوع

الاستماع لمحطات الإذاعة من الموبايل	النوع				الإجمالي	
	ذكور		إناث			
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
نعم بانتظام	٢٥	٣٢,٩	٥٢	٤٠,٦	٧٧	٣٧,٧
أحيانا أو نادرا	١٧	٢٢,٤	٢٠	١٥,٦	٣٧	١٨,١
لا	٣٤	٤٤,٧	٥٦	٤٣,٨	٩٠	٤٤,١
الإجمالي	٧٦	١٠٠	١٢٨	١٠٠	٢٠٤	١٠٠

تشير النتائج في هذا البحث إلى أن الإناث قد يكن أكثر من الذكور بخصوص استخدام الموبايل للاستماع للإذاعة، إذاعة نجوم إف إم بوجه خاص، وخصوصا في الفئة السنية أصغر من ٢١ سنة، ومن الحاصلين على مؤهلات متوسطة أكثر من الحاصلين على شهادة جامعية، حيث يلاحظ هنا أن نسبة الاستماع للإذاعة من الموبايل أكبر لدى الأخوة العرب أكثر منها لدى المصريين، أما بخصوص الأجانب، فإن الاستماع لمحطات الإذاعة من الموبايل لم تظهر إطلاقا في عينة هذا البحث، لذلك كانت دلالة مربع كاي، كا^{٢} هنا 000.، بين متغير الجنسية والاستماع لمحطات الإذاعة من الموبايل، وكذلك بالنسبة للسن لصالح الفئة السنية أقل من ٢١ سنة، وفئة الحاصلين على مؤهل متوسط (حيث كا^{٢} هنا 003.).

وعن أسماء الإذاعات التي قيل في العينة إنهم يستمعون إليها من الموبايل فهي كالتالي:

اسماء المحطات الإذاعية التي تستمع العينة لها من الموبايل	التكرار	اسماء المحطات الإذاعية التي تستمع العينة لها من الموبايل	التكرار
نجوم إف إم	٤٧	راديو هيتس	٢
راديو مصر	٩	صوت العرب	١
القرآن الكريم	٦	الشرق الاوسط	١
نغم اف ام	٤	إذاعة الأغاني	١
محطة مصر	٣	راديو مصر	١
ميجا اف ام	٢	الإجمالي	٧٧

وعن علاقة العينة بالراديو، خرجنا بالنتيجة التي يعرضها الجدول التالي:

د ـ درجة استماع العينة للراديو وعلاقتها بالنوع الاجتماعي

الاستماع للراديو درجة	النوع الاجتماعي				الإجمالي	
	ذكور		إناث			
	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
بانتظام يستمع	٧٦	٢٨,٣	١٢٨	٣٠,٨	٢٠٤	١٠٠
يستمع نادرا أو أحيانا	١١٦	٤٣,٤	٢٠٤	٤٩,٠	٣٢٠	١٠٠
لا يستمع	٧٦	٢٨,٣	٨٤	٢٠,٢	١٦٠	١٠٠
الإجمالي	٢٦٨	١٠٠	٤١٦	١٠٠	٦٨٤	١٠٠

اتضح في هذا البحث وجود علاقة ضعيفة بين الاستماع للراديو والنوع، حيث كانت دلالة مربع كاي هنا 047.

ذ ـ الاستماع لمحطات إذاعة على الموجات الطويلة والسن

الاستماع لمحطات اذاعة على الموجات الطويلة	السن								الإجمالي	
	غير مبين		اقل من ٢١ سنة		من ٢١ سنة الى ٣٥ سنة		اكبر من ٣٥ سنة			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
نعم بانتظام	-	-	٣	٢,٦	٢	٣,٦	٧	٢٣,٣	١٢	٥,٩
أحيانا أو نادرا	-	-	١٢	١٠,٤	٧	١٢,٥	٣	١٠,٠	٢٢	١٠,٨
لا	٣	١٠٠	١١٥	١٠٠	٤٧	٨٣,٩	٢٠	٦٦,٧	١٧٠	٨٣,٣
الإجمالي	٣	١٠٠	١٣٠	١٠٠	٥٦	١٠٠	٣٠	١٠٠	٢٠٤	١٠٠

وبالرغم من قلة عدد من قالوا بأنهم يستمعون لإذاعات على الموجات الطويلة، إلا أنه يمكن القول باحتمال وجود علاقة هنا بين السن والقول بالاستماع لإذاعات على الموجات الطويلة لصالح الفئة السنية ٣٥ سنة فأكثر (حيث دلالة كا^{٢} 001.)، وبالنسبة للنوع لصالح الإناث (كا^{٢} 008.).

٥ـ المواقع الإلكترونية التي تتعامل معها العينة

اسم الموقع	التكرار	النسبة%	اسم الموقع	التكرار	النسبة%
فيس بوك	٣٠٠	٤٣,٩	بي بي سي	٢[1]	٠,٣
قوقل	٥٣	٧,٧	ويكيبيديا	٢	٠,٣
اليوم السابع	١٣	١,٩	فتكات	٢	٠,٣
ياهو	٩	١,٣	مواقع التواصل الاجتماعي	١	٠,١
تويتر	٩	١,٣	هوت ميل	١	٠,١
يوتيوب	٨	١,٩	اخبار مصر	١	٠,١
يلا كورة	٧	١,٠	إخوان أون لاين	١	٠,١
مصراوي	٦	٠,٩	المواقع الاخبارية	١	٠,١
ماي ايجي	٥	٠,٧	المواقع السياسية	١	٠,١
موقع المصري اليوم	٥	٠,٧	ايجي نيوز	١	٠,١
محيط	٤	٠,٦	شباب تجارة	١	٠,١
مواقع اخبارية	٤	٠,٦	موقع كلية حقوق	١	٠,١
الشروق	٣	٠,٤	ميجا ٣٣	١	٠,١
الاهلي	٢	٠,٣	فودافون	١	٠,١
arabseed	٢	٠,٣	مواقع مختلفة	١	٠,١
اخبارك	٢	٠,٣	بدون إجابة	٢٣٠	٣٣,٦
موقع الداعية مصطفى حسني	٢	٠,٣	الإجمالي	٦٨٤	١٠٠

ولم نفاجأ هنا بظهور موقع الفيس بوك على قمة المواقع الإلكترونية التي يتعامل معها العينة[2]، وكذلك موقع قوقل حيث احتل الموقعان معا نصف حجم المواقع التي ذكرها المبحوثون في هذا البحث (٣٢ موقعا بعضها لم يذكر سوى مرة واحدة أو مرتين).

(١) طالبان أجنبيان، حيث لم يذكر أي طالب مصري أو من جنسية عربية أخرى هذا الموقع.
(٢) أجرينا دراسة على الفيس بوك وثورة ٢٥ يناير ونتائجها منشورة في هذا الكتاب في المبحث الثامن.

٦ـ الاستماع لمحطات الاذاعة من الموبايل والاستماع لمحطات إذاعة من الراديو التقليدي

أ ـ الاستماع لمحطات إذاعة من الموبايل والاستماع لإذاعات على الموجات القصيرة

الاستماع للإذاعة من الموبايل	الاستماع لإذاعات على الموجات القصيرة						الإجمالي	
	نعم بانتظام		أحيانا أو نادرا		لا			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
نعم بانتظام	١	١,٣	١٧	٢٢,١	٥٩	٧٦,٦	٧٧	١٠٠
أحيانا أو نادرا	٢	٥,٤	٨	٢١,٦	٢٧	٧٣,٠	٣٧	١٠٠
لا	٧	٧,٨	١٢	١٣,٣	٧١	٧٨,٩	٩٠	١٠٠
الإجمالي	١٠	٤,٩	٣٧	١٨,١	١٥٧	٧٧,٠	٢٠٤	١٠٠

ب ـ الاستماع لمحطات الإذاعة من الموبايل والاستماع لمحطات إذاعة على الموجات المتوسط

الاستماع للإذاعة من الموبايل	الاستماع لإذاعات على الموجات المتوسطة						الإجمالي	
	نعم بانتظام		أحيانا أو نادرا		لا			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
نعم بانتظام	٦	٧,٨	١٠	١٣,٠	٦١	٧٩,٢	٧٧	١٠٠
أحيانا أو نادرا	٧	١٨,٩	٩	٢٤,٣	٢١	٥٦,٨	٣٧	١٠٠
لا	٤	٤,٤	١٣	١٤,٤	٧٣	٨١,١	٩٠	١٠٠
الإجمالي	١٧	٨,٣	٣٢	١٥,٧	١٥٥	٧٦,٠	٢٠٤	١٠٠

وقد وجدنا هنا ثمة علاقة وإن كانت غير قوية بين الاستماع لإذاعات على الموجات المتوسطة والاستماع للإذاعة على الموبايل حيث دلالة كا^2 .026

ت ـ الاستماع لمحطات إذاعة من الموبايل والاستماع لإذاعات على الموجات الطويلة

الاستماع لمحطات إذاعة من الموبايل	الاستماع لإذاعات على الموجات الطويلة						الإجمالي	
	نعم بانتظام		أحيانا أو نادرا		لا			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
نعم بانتظام	٣	٣,٩	٧	٩,١	٦٧	٨٧,٠	٧٧	١٠٠
أحيانا أو نادرا	٣	٨,١	٧	١٨,٩	٢٧	٧٣,٠	٣٧	١٠٠
لا	٦	٦,٧	٨	٨,٩	٧٦	٨٤,٤	٩٠	١٠٠
الإجمالي	١٢	٥,٩	٢٢	١٠,٨	١٧٠	٨٣.٣	٢٠٤	١٠٠

ث ـ الاستماع لمحطات إذاعة من الموبايل والاستماع لإذاعات عبر القمر الصناعي من التليفزيون

الاستماع للإذاعة	الاستماع لإذاعات عبر القمر الصناعي من التليفزيون			الإجمالي
	نعم بانتظام	أحيانا أو نادرا	لا	

من الموبايل	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
نعم بانتظام	٢٢	٢٨,٦	١٩	٢٤,٧	٣٦	٤٦,٨	٧٧	١٠٠
أحيانا أو نادرا	١	٢,٧	١٣	٣٥,١	٢٣	٦٢,٢	٣٧	١٠٠
لا	٦	٦,٧	١٦	١٧,٨	٦٨	٧٥,٦	٩٠	١٠٠
الإجمالي	٢٩	١٤,٢	٤٨	٢٣,٥	١٢٧	٦٢,٣	٢٠٤	١٠٠

أفصح هذا البحث عن وجود علاقة قوية بين الاستماع للإذاعة من الموبايل والاستماع لإذاعات عبر القمر الصناعي، حيث دلالة مربع كا٢ هنا 000.، وأيضا بالنسبة للاستماع للإذاعة من الموبايل والاستماع لإذاعة الإف إم، وقد تشير هذه النتيجة إلى اهتمام المبحوثين هنا بتكنولوجيا الاتصال، ويؤكد هذا العلاقة التي خرج بها البحث من دراسة العلاقة بين الاستماع لمحطات الإذاعة من الإنترنت ومحطات الإذاعة من الموبايل حيث كانت دلالة كا^{٢}001.

جـ - الاستماع لمحطات إذاعة من الموبايل والاستماع لإذاعة الإف إم

الاستماع للإذاعة من الموبايل	الاستماع لإذاعة الإف إم						الإجمالي	
	نعم بانتظام		أحيانا أو نادرا		لا			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
نعم بانتظام	٦٦	٨٥,٧	٨	١٠,٤	٣	٣,٩	٧٧	١٠٠
أحيانا أو نادرا	٢١	٥٦,٨	١٣	٣٥,١	٣	٨,١	٣٧	١٠٠
لا	٥٤	٦٠,٠	١٨	٢٠,٠	١٨	٢٠,٠	٩٠	١٠٠
الإجمالي	١٤١	٦٩,١	٣٩	١٩,١	٢٤	١١,٨	٢٠٤	١٠٠

دلالة كا٢ هنا (000.)

حـ - الاستماع لمحطات إذاعة من الموبايل والاستماع لإذاعات على الموجات القصيرة

الاستماع للإذاعة من الموبايل	الاستماع لإذاعات على الموجات القصيرة						الإجمالي	
	نعم بانتظام		أحيانا أو نادرا		لا			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
نعم بانتظام	١	١,٣	١٧	٢٢,١	٥٩	٧٦,٦	٧٧	١٠٠
أحيانا أو نادرا	٢	٥,٤	٨	٢١,٦	٢٧	٧٣,٠	٣٧	١٠٠
لا	٧	٧,٨	١٢	١٣,٣	٧١	٧٨,٩	٩٠	١٠٠
الإجمالي	١٠	٤,٩	٣٧	١٨,١	١٥٧	٧٧,٠	٢٠٤	١٠٠

خـ - الاستماع لمحطات إذاعة من الموبايل والاستماع لإذاعات على الموجات المتوسطة

الاستماع لإذاعات على الموجات المتوسطة						الإجمالي	
نعم بانتظام		أحيانا أو نادرا		لا			
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
٧	١٨,٩	٩	٢٤,٣	٢١	٥٦,٨	٣٧	١٠٠
٤	٤,٤	١٣	١٤,٤	٧٣	٨١,١	٩٠	١٠٠
١٧	٨,٣	٣٢	١٥,٧	١٥٥	٧٦,٠	٢٠٤	١٠٠

العلاقة بين الاستماع لمحطات إذاعة من الموبايل (تكنولوجيا حديثة) والاستماع لمحطات على الموجات المتوسطة (الراديو التقليدي)علاقة ضعيفة حيث دلالة كا^2 هنا 026.

د ـ الاستماع لمحطات إذاعة من الموبايل والاستماع لإذاعات على الموجات الطويلة

الاستماع للإذاعة من الموبايل	الاستماع لإذاعات على الموجات المتوسطة						الإجمالي	
	نعم بانتظام		أحيانا أو نادرا		لا			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
نعم بانتظام	٣	٣,٩	٧	٩,١	٦٧	٨٧,٠	٧٧	١٠٠
أحيانا أو نادرا	٣	٨,١	٧	١٨,٩	٢٧	٧٣,٠	٣٧	١٠٠
لا	٦	٦,٧	٨	٨,٩	٧٦	٨٤,٤	٩٠	١٠٠
الإجمالي	١٢	٥,٩	٢٢	١٠,٨	١٧٠	٨٣,٣	٢٠٤	١٠٠

ذ ـ الاستماع لمحطات إذاعة من الموبايل والاستماع لإذاعات عبر القمر الصناعي من التليفزيون

الاستماع للإذاعة من الموبايل	الاستماع لإذاعات من التليفزيون عبر القمر الصناعي						الإجمالي	
	نعم بانتظام		أحيانا أو نادرا		لا			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
نعم بانتظام	٢٢	٢٨,٦	١٩	٢٤,٧	٣٦	٤٦,٨	٧٧	١٠٠
أحيانا أو نادرا	١	٢,٧	١٣	٣٥,١	٢٣	٦٢,٢	٣٧	١٠٠
لا	٦	٦,٧	١٤	١٧,٨	٦٨	٧٥,٦	٩٠	١٠٠
الإجمالي	٢٩	١٤,٢	٤٨	٢٣,٥	١٢٧	٦٢,٣	٢٠٤	١٠٠

اتضح هنا وجود علاقة قوية بين الاستماع لإذاعات على الموبايل والاستماع لإذاعات من التليفزيون عبر القمر الصناعي حيث دلالة كا^2 هنا 000.، وهي نتيجة تؤكد ما سبق ذكره من أن بعض المبحوثين يميلون للتعامل مع كل تكنولوجيا جديدة للاتصال.

ر ـ الاستماع لمحطات إذاعة من الموبايل والاستماع لإذاعات من على شبكة الانترنت

الاستماع للإذاعة من الموبايل	الاستماع لإذاعات من على شبكة الإنترنت						الإجمالي	
	نعم بانتظام		أحيانا أو نادرا		لا			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
نعم بانتظام	١٨	٢٣,٤	١٩	٢٤,٧	٤٠	٥١,٩	٧٧	١٠٠
أحيانا أو نادرا	٦	١٣,٢	١٥	٤٠,٥	١٦	٤٣,٢	٣٧	١٠٠
لا	١٢	١٣,٣	١٠	١١,١	٦٨	٧٥,٦	٩٠	١٠٠
الإجمالي	٣٦	١٧,٦	٤٤	٢١,٦	١٢٤	٦٠,٨	٢٠٤	١٠٠

هنا أيضا، خرج البحث هنا بوجود ثمة علاقة بين الاستماع للإذاعة من الموبايل والاستماع إذاعات من على شكة الإنترنت (Online)، وكانت دلالة مربع كاي001.

ز ـ الاستماع لمحطات إذاعية من الموبايل والاستماع لإذاعات من الإنترنت

الاستماع للإذاعة من الموبايل	الاستماع لإذاعات على الإنترنت						الإجمالي	
	نعم بانتظام		أحيانا أو نادرا		لا			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
نعم بانتظام	١٨	٢٣,٤	١٩	٢٤,٧	٤٠	٥١,٩	٧٧	١٠٠
أحيانا أو نادرا	٦	١٦,٢	١٥	٤٠,٥	١٦	٤٣,٢	٣٧	١٠٠
لا	١٢	١٣,٣	١٠	١١,١	٦٨	٧٥,٦	٩٠	١٠٠
الإجمالي	٣٦	١٧,٦	٤٤	٢١,٦	١٢٤	٦٠,٨	٢٠٤	١٠٠

٧- الاستماع لإذاعة الإف إم والاستماع لإذاعات أخرى

أ - الاستماع لإذاعة الإف إم والاستماع لإذاعات على الموجات القصيرة

الاستماع لإذاعة الإف إم	الاستماع لإذاعات على الموجات القصيرة						الإجمالي	
	نعم بانتظام		أحيانا أو نادرا		لا			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
نعم بانتظام	٩	٦,٤	٣١	٢٢,٠	١٠١	٧١,٦	١٤١	١٠٠
أحيانا أو نادرا	١	٢,٦	٥	١٢,٨	٣٣	٨٤,٦	٣٩	١٠٠
لا	-	—	١	٤,٢	٢٣	٩٥,٨	٢٤	١٠٠
الإجمالي	١٠	٤,٩	٣٧	١٨,١	١٥٧	٧٧,٠	٢٠٤	١٠٠

خرج البحث بأن العلاقة بين الاستماع لإذاعة الإف إم والاستماع لإذاعات على الموجات القصيرة هي علاقة ضعيفة، إذ إن دلالة مربع كاي هنا 075.

ب - الاستماع لإذاعة الإف إم والاستماع لإذاعات على الموجات المتوسطة

الاستماع لإذاعة الإف إم	الاستماع لإذاعات على الموجات المتوسطة						الإجمالي	
	نعم بانتظام		أحيانا أو نادرا		لا			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
نعم بانتظام	١٠	١٦,٣	٢٣	١٦,٣	١٠٦	٧٦,٦	١٤١	١٠٠
أحيانا أو نادرا	٥	٢٠,٥	٨	٢٠,٥	٢٦	٦٦,٧	٣٩	١٠٠
لا	٢	٤,٢	١	٤,٢	٢١	٨٧,٥	٢٤	١٠٠
الإجمالي	١٧	١٥,٧	٣٢	١٥,٧	١٥٥	٧٦,٠	٢٠٤	١٠٠

ت - الاستماع لإذاعة الإف إم والاستماع لإذاعات على الموجات الطويلة

الاستماع لإذاعة الإف إم	الاستماع لإذاعات على الموجات الطويلة						الإجمالي	
	نعم بانتظام		أحيانا أو نادرا		لا			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
نعم بانتظام	٢	١,٤	١٢	٨,٥	١٢٧	٩٠,١	١٤١	١٠٠
أحيانا أو نادرا	٨	٢٠,٥	٨	٢٠,٥	٢٣	٥٩,٠	٣٩	١٠٠
لا	٢	٨,٣	٢	٨,٣	٢٠	٨٣,٣	٢٤	١٠٠
الإجمالي	١٢	٥,٩	٢٢	١٠,٨	١٧٠	٨٣,٣	٢٠٤	١٠٠

كانت العلاقة قوية هنا بين الاستماع لإذاعة الإف إم والاستماع لإذاعات على الموجات الطويلة حيث دلالة كا٢ 000.

ث ـ الاستماع لإذاعة الإف إم والاستماع لإذاعات عبر القمر الصناعي من التليفزيون

الاستماع لإذاعة الإف إم	الاستماع لإذاعات عبر القمر الصناعي من التليفزيون						الإجمالي	
	نعم بانتظام		أحيانا أو نادرا		لا			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
نعم بانتظام	٢٣	١٦,٣	٣٤	٢٤,١	٨٤	٥٩,٦	١٤١	١٠٠
أحيانا أو نادرا	٣	٧,٧	٨	٢٠,٥	٢٨	٧١,٨	٣٩	١٠٠
لا	٣	١٢,٥	٦	٢٥,٠	١٥	٦٢,٥	٢٤	١٠٠
الإجمالي	٢٩	١٤,٢	٤٨	٢٣,٥	١٢٧	٦٢,٣	٢٠٤	١٠٠

ج ـ الاستماع لإذاعة الإف إم والاستماع لإذاعات من الإنترنت

الاستماع لإذاعة الإف إم	الاستماع لإذاعات من الإنترنت						الإجمالي	
	نعم بانتظام		أحيانا أو نادرا		لا			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
نعم بانتظام	٢٨	١٩,٩	٣١	٢٢,٠	٨٢	٥٨,٢	١٤١	١٠٠
أحيانا أو نادرا	٥	١٢,٨	١٠	٢٥,٦	٢٤	٦١,٥	٣٩	١٠٠
لا	٣	١٢,٥	٣	١٢,٥	١٨	٧٥,٠	٢٤	١٠٠
الإجمالي	٣٦	١٧,٦	٤٤	٢١,٦	١٢٤	٦٠,٨	٢٠٤	١٠٠

لم تظهر هنا أية علاقة بين الاستماع لإذاعة الإف إم والاستماع لمحطات إذاعة من الإنترنت، فقد كانت دلالة مربع كاي هنا 485.، وهذا قد يرجع إلى أن الإنترنت غني بالمواقع التي تقدم الأغاني التي تقدمها إذاعة الإف إم.

٨ ـ الاستماع لمحطات اذاعة على الموجات القصيرة والاستماع لإذاعات على موجات أخرى

أ ـ الاستماع لمحطات اذاعة على الموجات القصيرة والاستماع لإذاعات على الموجات المتوسط

الاستماع لإذاعات على الموجات القصيرة	الاستماع لإذاعات على الموجات المتوسطة						الإجمالي	
	نعم بانتظام		أحيانا أو نادرا		لا			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
نعم بانتظام	١	١٠,٠	٣	٣٠,٠	٦	٦٠,٠	١٠	١٠٠
أحيانا أو نادرا	٢	٥,٤	١٤	٣٧,٨	٢١	٥٦,٨	٣٧	١٠٠
لا	١٤	٨,٩	١٥	٩,٦	١٢٨	٨١,٥	١٥٧	١٠٠
الإجمالي	١٧	٨,٣	٣٢	١٥,٧	١٥٥	٧٦,٠	٢٠٤	١٠٠

خرج البحث هنا بوجود علاقة بين الاستماع لإذاعات على الموجات القصيرة والاستماع لإذاعات على الموجات المتوسطة (دلالة كا٢ 001.)، والذي نفسره بحب جهاز الراديو والارتباط به.

ب ـ الاستماع لإذاعات على الموجات القصيرة والاستماع لإذاعات على الموجات الطويلة

الاستماع لإذاعات على الموجات القصيرة	الاستماع لإذاعات على الموجات الطويلة						الإجمالي	
	نعم بانتظام		أحيانا أو نادرا		لا			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
نعم بانتظام	—	-	١	١٠,٠	٩	٩٠,٠	١٠	١٠٠
أحيانا أو نادرا	١	٢,٧	١٠	٢٧,٠	٢٦	٧٠,٣	٣٧	١٠٠
لا	١١	٧,٠	١١	٧,٠	١٣٥	٨٦,٠	١٥٧	١٠٠
الإجمالي	١٢	٥,٩	٢٢	١٠,٨	١٧٠	٨٣,٣	٢٠٤	١٠٠

وجدت هنا ثمة علاقة هنا بين الاستماع لإذاعات على الموجات القصيرة والاستماع لإذاعات على الموجات الطويلة حيث دلالة مربع كا٢ 009.

ت ـ الاستماع لمحطات إذاعة على الموجات القصيرة والاستماع لإذاعات عبر القمر الصناعي من التليفزيون

الاستماع لإذاعات على الموجات القصيرة	الاستماع لإذاعات من القمر الصناعي على التليفزيون						الإجمالي	
	نعم بانتظام		أحيانا أو نادرا		لا			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
نعم بانتظام	١	١٠,٠	٤	٤٠,٠	٥	٥٠,٠	١٠	١٠٠
أحيانا أو نادرا	٩	٢٤,٣	١٤	٣٧,٨	١٤	٣٧,٨	٣٧	١٠٠
لا	١٩	١٢,١	٣٠	١٩,١	١٠٨	٦٨,٨	١٥٧	١٠٠
الإجمالي	٢٩	١٤,٢	٤٨	٢٣,٥	١٢٧	٦٢,٣	٢٠٤	١٠٠

كذلك أفصح هذا البحث عن وجود ثمة علاقة بين الاستماع لإذاعات على الموجات القصيرة والاستماع لإذاعات عبر القمر الصناعي من التليفزيون (دلالة مربع كا٢ 008.).

ث ـ الاستماع لمحطات إذاعة على الموجات القصيرة والاستماع لإذاعات من الإنترنت

الاستماع لإذاعات على الموجات القصيرة	الاستماع لإذاعات من القمر الصناعي على التليفزيون						الإجمالي	
	نعم بانتظام		أحيانا أو نادرا		لا			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
نعم بانتظام	٢	٢٠,٠	١	١٠,٠	٧	٧٠,٠	١٠	١٠٠
أحيانا أو نادرا	١٠	٢٧,٠	١٣	٣٥,١	١٤	٣٧,٨	٣٧	١٠٠
لا	٢٤	١٥,٣	٣٠	١٩,١	١٠٣	٦٥,٦	١٥٧	١٠٠
الإجمالي	٣٦	١٧,٦	٤٤	٢١,٦	١٢٤	٦٠,٨	٢٠٤	١٠٠

كذلك ظهر في هذا البحث وجود علاقة وإن كانت ضعيفة بين الاستماع لإذاعات على الموجات القصيرة والاستماع لإذاعات من الإنترنت (دلالة مربع كا٢ 032.).

٩ ـ الاستماع لإذاعات على الموجات المتوسطة وإذاعات على موجات أخرى

أ ـ الاستماع لمحطات اذاعة على الموجات المتوسطة والاستماع لإذاعات على الموجات الطويلة

الاستماع لإذاعات على الموجات المتوسطة	الاستماع لإذاعات على الموجات الطويلة						الإجمالي	
	نعم بانتظام		أحيانا أو نادرا		لا			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
نعم بانتظام	٣	١٧,٦	٢	١١,٨	١٢	٧٠,٦	١٦	١٠٠
أحيانا أو نادرا	١	٣,١	١٠	٣١,٣	٢١	٦٥,٦	٣٢	١٠٠
لا	٨	٥,٢	١٠	٦,٥	١٣٧	٨٨,٤	١٥٥	١٠٠
الإجمالي	١٢	٥,٩	٢٢	١٠,٨	١٧٠	٨٣,٣	٢٠٤	١٠٠

وكان منطقيا أن يخرج البحث هنا بوجود علاقة قوية بين الاستماع لإذاعات على الموجات المتوسطة والاستماع لإذاعات على الموجات الطويلة (دلالة كا٢ 000.).

ب ـ الاستماع لإذاعات على الموجات المتوسطة والاستماع لإذاعات عبر القمر الصناعي من التليفزيون

الاستماع لإذاعات على الموجات المتوسطة	الاستماع لإذاعات عبر القمر الصناعي من التليفزيون						الإجمالي	
	نعم بانتظام		أحيانا أو نادرا		لا			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
نعم بانتظام	٢	١١,٨	٥	٢٩,٤	١٠	٥٨,٨	١٧	١٠٠
أحيانا أو نادرا	٥	١٥,٦	١٠	٣١,٣	١٧	٥٣,١	٣٢	١٠٠
لا	٢٢	١٤,٢	٣٣	٢١,٣	١٠٠	٦٤,٥	١٥٥	١٠٠
الإجمالي	٢٩	١٤,٢	٤٨	٢٣,٥	١٢٧	٦٢,٣	٢٠٤	١٠٠

ت ـ الاستماع لإذاعات على الموجات المتوسطة والاستماع لإذاعات من الإنترنت

الاستماع لإذاعات على الموجات المتوسطة	الاستماع لإذاعات من الإنترنت						الإجمالي	
	نعم بانتظام		أحيانا أو نادرا		لا			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
نعم بانتظام	١	٥,٩	١٠	٥٨,٨	٦	٣٥,٣	١٧	١٠٠
أحيانا أو نادرا	٥	١٥,٦	٩	٢٨,١	١٨	٥٦,٣	٣٢	١٠٠
لا	٣٠	١٩,٤	٢٥	١٦,١	١٠٠	٦١,٥	١٥٥	١٠٠
الإجمالي	٣٦	١٧,٦	٤٤	٢١,٦	١٢٤	٦٠,٨	٢٠٤	١٠٠

أفصح هذا البحث عن وجود علاقة بين الاستماع لإذاعات على الموجات المتوسطة والاستماع لإذاعات من الإنترنت حيث دلالة مربع كاي001.

١٠ ـ الاستماع لإذاعات على الموجات الطويلة والاستماع لإذاعات أخرى

أ ـ الاستماع لإذاعات على الموجات الطويلة والاستماع لإذاعات عبر القمر الصناعي من التليفزيون

الاستماع لإذاعات على الموجات الطويلة	الاستماع لإذاعات عبر القمر الصناعي من التليفزيون						الإجمالي	
	نعم بانتظام		أحيانا أو نادرا		لا			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
نعم بانتظام	١	٨,٣	٣	٢٥,٠	٨	٦٦,٧	١٢	١٠٠

أحيانا أو نادرا	٣	١٣,٦	٧	٣١,٨	١٢	٥٤,٥	٢٢	١٠٠
لا	٢٥	١٤,٧	٣٨	٢٢,٤	١٠٧	٦٢,٩	١٧٠	١٠٠
الإجمالي	٢٩	١٤,٢	٤٨	٢٣,٥	١٢٧	٦٢,٣	٢٠٤	١٠٠

ب - الاستماع لإذاعات على الموجات الطويلة والاستماع لإذاعات من الإنترنت

الاستماع لإذاعات على الموجات الطويلة	الاستماع لإذاعات من القمر الصناعي على التليفزيون						الإجمالي	
	نعم بانتظام		أحيانا أو نادرا		لا			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
نعم بانتظام	–	-	٥	٤١,٧	٧	٥٨,٣	١٢	١٠٠
أحيانا أو نادرا	٢	٩,١	٨	٣٦,٤	١٢	٥٤,٥	٢٢	١٠٠
لا	٣٤	٢٠,٠	٣١	١٨,٢	١٠٥	٦١,٨	١٧٠	١٠٠
الإجمالي	٣٦	١٧,٦	٤٤	٢١,٦	١٢٤	٦٠,٨	٢٠٤	١٠٠

(دلالة كا^2 .059)

ت - الاستماع لإذاعات عبر القمر الصناعي من التليفزيون والاستماع لإذاعات من الانترنت

الاستماع لإذاعات من القمر الصناعي	الاستماع لإذاعات من الإنترنت						الإجمالي	
	نعم بانتظام		أحيانا أو نادرا		لا			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
نعم بانتظام	١٥	٥١,٧	٥	١٧,٢	٩	٣١,٠	٢٩	١٠٠
أحيانا أو نادرا	٦	١٢,٥	١٧	٣٥,٤	٢٥	٥٢,١	٤٨	١٠٠
لا	١٥	١١,٨	٢٢	١٧,٣	٩٠	٧٠,٩	١٢٧	١٠٠
الإجمالي	٣٦	١٧,٦	٤٤	٢١,٦	١٢٤	٦٠,٨	٢٠٤	١٠٠

العلاقة في هذا البحث قوية بين الاستماع لإذاعات الإنترنت والاستماع لإذاعات من الإنترنت (دلالة مربع كاي 000.) وهي نتيجة كانت متوقعة بالنسبة لتكنولوجيا الاتصال هنا.

ملخص بأهم النتائج

ظهرت في هذا البحث علاقة قوية (حيث دلالة مربع كاي0.000) بين الظاهرة المدروسة وبعض المتغيرات الديمغرافية وخصوصا ما يلي:

- ذكر أسماء إذاعات الإف إم والسن
- ذكر أسماء إذاعات الإف إم والعمل
- ذكر أسماء إذاعات الإف إم والمستوى التعليمي

- الاستماع لإذاعة الإف إم والسن
- الاستماع لإذاعة الإف إم والعمل

- التعامل مع الإنترنت والسن
- التعامل مع الإنترنت والعمل

- التعامل مع الإنترنت والمستوى التعليمي
- الاستماع للراديو والعمل (ودلالة كا٢ هنا 001.)

كما ظهرت علاقة ضعيفة بين بعض المتغيرات ومنها:

- الاستماع للراديو والمستوى التعليمي (حيث دلالة كا٢ 0.012)
- الاستماع لإذاعة الإف إم والمستوى التعليمي (حيث دلالة كا٢ 035.)
- الاستماع للراديو والنوع (حيث دلالة كا٢ 0.047)
- الاستماع للراديو والجنسية (ودلالة كا٢ 053.)
- الاستماع للراديو والسن (ودلالة كا٢ 075.)

وبخصوص علاقة تكنولوجيا الاتصال والإذاعة التقليدية عبر موجات الطيف الترددي، أفصح البحث عن وجود غلاقة قوية بين بعض المتغيرات على النحو التالي:

- الاستماع للإذاعة من الموبايل والاستماع لإذاعات عبر القمر الصناعي
- الاستماع لمحطات الإذاعة من الإنترنت ومحطات الإذاعة من الموبايل
- الاستماع لمحطات إذاعة من الموبايل والاستماع لإذاعة الإف إم
- الاستماع لمحطات إذاعة من الموبايل والاستماع لإذاعات عبر القمر الصناعي من التليفزيون
- الاستماع لمحطات إذاعة من الموبايل والاستماع لإذاعات من على شبكة الانترنت
- الاستماع لإذاعة الإف إم والاستماع لإذاعات على الموجات الطويلة
- الاستماع لمحطات اذاعة على الموجات القصيرة والاستماع لإذاعات على الموجات المتوسط
- الاستماع لمحطات اذاعة على الموجات المتوسطة والاستماع لإذاعات على الموجات الطويلة
- الاستماع لإذاعات على الموجات المتوسطة والاستماع لإذاعات من الإنترنت

كذلك ظهرت علاقات ضعيفة بين بعض المتغيرات ونترك للقارئ متعة اكتشافها بين السطور السابقة.

هذا ولم يثبت في هذا البحث الذي طبق على عينة عشوائية قوامها ٦٨٤ مفردة وجود علاقات أخرى بالنسبة للظاهرة المدروسة وعدد من المتغيرات، مثل ذكر أسماء الإذاعات والنوع (حيث دلالة كا٢ ١٥٢.) ، وإن كانت قد ظهرت علاقة في هذا البحث بين أسماء الإذاعات والسن (حيث دلالة كا٢ 000.). كذلك لم يثبت البحث وجود علاقة بين بعض المتغيرات عند دراسة تكنولوجيا الاتصال والإذاعة التقليدية، والتي يمكن أن يكتشفها القارئ المهتم عندما لا يجد إشارة صريحة لدلالة مربع كاي.

وختاما نشير إلى ما سبق ذكره من أننا هنا أمام عينة غير احتمالية، أي أنه لا يمكن تعميم هذه النتائج، وإن كنا نرى أنها تصلح مؤشرات لدراسات أخرى للتأكد من صحة هذه النتائج بوصفها فروض للدراساسات التالية.

الفصل الثالث
الدور الوظيفي للدش والإنترنت

تمهيد

وسيلتان من وسائل الإعلام أثارتا جدلا طويلا في العقود الأخيرة ، وهما الدش والإنترنت، خصوصا مع اشتعال ثورات الربيع بالنسبة للإنترنت بالنسبة لكثيرين، وللدش أيضا بالنسبة لنا ولآخرين يعرفون ما يمكن أن يتسبب فيه الدش من خلق تطلعات لدى أبناء الدول النامية.

نعم، نتحدث في هذا الفصل عن وسيلتين كانتا سببا في اندلاع ثورة جديدة في دنيا الاتصال، ثورة المعلومات، هما الدش والإنترنت، وهما وإن كانت كل منهما من أسرة التكنولوجيا الراقية، إلا أن لكل منهما خصائصها ودورها الوظيفي، لذلك خصصنا لهاتين الوسيلتين هذا الفصل في ثلاثة مباحث، حيث أفصحت عدة دراسات، ومنها دراسة لنا، عن أن للدش وظائف غير مرغوب فيها من حيث التأثير على الثوابت...، وعشنا منذ أحداث ٢٥ يناير تأثير الإنترنت والذي تمثل في تغيير سياسي لم يكن تصوره في يوم من الأيام، مع عدم إنكار الدور الوظيفي التقليدي المنوط بتلك الوسيلتين مثل بقية وسائل الإعلام الأخرى، حيث نشير للفيديو في هذا الفصل الذي خصصناه للوسائل الراقية، مع الإشارة للحاسب الآلي...

وفيما يلي دراسة فسيولوجية وظيفية في مبحث خاص لكل من الوسيلتين الدش والإنترنت، ثم مبحث ثالث مستقل للحديث عن وسائل التواصل الاجتماعي ونركز فيه على الفيس بوك ودوره في ثورة ٢٥ يناير حيث نعرض نتائج أحدث دراسة لنا حول الفيس بوك وثورة ٢٥ يناير.

المبحث السادس
الدور الوظيفي للدش

دخل الدش مصر ببرامجه الأجنبية قبل أن تبدأ القناة الفضائية المصرية بثها (مع بداية حرب تحرير الكويت)، وبدأنا نهتم بعلاقة المشاهدين في مصر بالقنوات الفضائية التي تصلهم عبر الأقمار الصناعية والخصائص الديموغرافية لهؤلاء[١]، ودرسنا علاقة المشاهدين خارج مصر بالقناة الفضائية المصرية[٢]، وعلاقة المواطن السعودي بالبث الوافد عبر الأقمار الصناعية[٣]، وتأثير الدش على الفتاة السعودية[٤] ...، وكنا قد تحدثنا كثيرا قبل وصول الدش ومنذ عام ١٩٨٣م عن ضرورة الاستعداد لهذا الوافد الغريب الذي سوف يصلنا بين يوم وليلة رضينا بذلك أو أبينا، وأشرنا إلى التأثير المتوقع له والذي كانت إرهاصاته قد بدأت تظهر في الأسرة العربية في إحدى دول المغرب الشقيقة التي زرناه. وكانت هذه الدولة من أوائل الدول التي رحبت بالبث الوافد من إحدى الدول الغربية التي ارتبطت الدولة الشقيقة بعجلتها سياسيا وثقافيا عشرات السنين عبر الموجات الهيرتزية بدون حاجة لحيازة الدش[٥].

وكان قد سبق لنا التنبيه بخصوص هذا البث في مداخلة لنا في المؤتمر الأول للمجلس الأعلى للشؤون الإسلامية في مارس عام ١٩٨٨م، وتوالت كتاباتنا في هذا الخصوص في الصحف وفي مؤلفات وندوات ومؤتمرات على المستوى المحلي والقومي والعالمي.

وهنا، لا يمكن إغفال بعض كتابات أخرى أشارت في متنها إلى التأثير المتوقع من البث الوافد على مجتمعاتنا الإسلامية والنامية، حيث انطلق معظم من كتبوا في هذا الموضوع في الوطن العربي من أن الغرب قد جمع لنا وحشد، وأنه يهدف تدميرنا أخلاقيا وعقائديا...، خصوصا وقد رغبت بعض الدول الاستعمارية (سابقا) في مد فترة استعمارها في أفريقيا لمدة أطول (والاستعمار عندما يرحل يترك بصماته لمدة ٩٠ سنة)؛ فقد سعت فرنسا ، وبتمويل خاص منها، لإقامة محطات أرضية فوق أراضي بعض الدول الأفريقية، بل ومصر أيضا، لكي يصل بثها بلغتها إلى هذه الأراضي خارج القارة الأوربية. ويرى أسعد ملي على سبيل المثال أن "البث الفضائي للقيم العربية والغريبة يؤسس لعملية غسل الدماغ والمنظمة بهدف خلق وعي مائع لا تربطه رابطة بمصالح مجتمعه وأمته الواحدة، فثمة هدف تسعى الأيديولوجيا الغربية إلى الوصول إليه، وهو السيطرة على العقول بعد أن أصبح من المتعذر السيطرة عليه جغرافيا" ويقول بأن "الأيديولوجيا الغربية تحاول إيهام العالم بأن وسائل إعلامها محايدة، وهدفها نقل العالم النامي من طور المجتمع التقليدي إلى المجتمع الحديث"، ويردد ما يقوله مؤرخ التليفزيون

---

(١) بث وافد على شاشات التليفزيون. مرجع سابق.
(٢) **قنوات للتليفزيون فضائية في عالم ثالث**. دار الفكر العربي ١٩٩٣م.
(٣) في كتابنا: وسائل الإعلام في إطار سسيولوجية وقت الفراغ. **مرجع سابق**.
(٤) "البث الوافد، هل هو شر لابد منه ؟" **جريدة الحقيقة** ١٤ أبريل عام ١٩٩٢م، ونشرنا هذه الكلمة بعد ذلك في ملحق لكتابنا: وسائل الإعلام الإليكترونية. **مرجع سابق**.
(٥) نذكر هنا جملة قالها لنا المستشار الثقافي الفرنسي عندما ناقشته بشأن تخصيص منحة لإحدى خريجات الإعلام والتي كانت قد سافرت إلى فرنسا لإعداد على نفقتها الخاصة رسالة الدكتوراه، حيث كان رده أن كل المساعدات الفرنسية لمصر مخصصة لظهور فرنسا على شاشة التليفزيون المصري!

الأمريكي "إريك بانور" بأن "**هناك أيديولوجيا مضمرة حتى في الترفيه وقصص الخيال العلمي"، فإن عنصر الخيال يفوق في الأهمية العنصر الواقعي في تشكيل آراء الناس.**

ويصف طيب تيزيني التأثير السلبي للبث الفضائي بأنه مدمر، ويقول بأن الوضع العربي الراهن يمثل بنية قابلة للاختراق بكثير من السهولة والطواعية، ويعزو ذلك إلى أن الأمة العربية قد أصيبت بهزات عميقة من الداخل والخارج، وأن علاقة "عدم التكافؤ"، أو"اللاتكافؤ"، بين الوضع العربي والوضع الغربي (الأوربي والأمريكي)- والذي يقول إنه تبلور مع بداية التسعينيات – تكمن وراء خطورة البث الفضائي على المجتمع العربي، وأن تجليات ذلك تظهر في ابتزاز المشاهد من خلال البرامج الرياضية هوسا للشباب، والبرامج الفنية التي تجعل من الفن ظاهرة مرضية وأحاسيس متخلفة، والبرامج الجنسية التي حولت المرأة إلى سلعة(١).

وقد بدأ باحثون آخرون يهتمون بدراسة تأثير الدش، ورصدنا عدة أعمال في بعض الدول العربية للبحث عن هذا التأثير المتوقع ذكرنا بعضها من قبل، كما نوقش بحث للطالبين خالد بن موسى وعبد الرحيم العطري عام ١٩٩٥م في الرباط بعنوان "ظاهرة انتشار الصحون الهوائية وانعكاساتها الاجتماعية على الشباب المغربي" وهي دراسة ميدانية لنيل دبلوم المعهد الملكي لتكوين الأطر، ودراسة أخرى ركز فيها أحمد بو ضريف على "ظاهرة انتشار الصحون الهوائية وأثرها على نمط الاستهلاك التلفزي بالمغرب".

ودعونا نفتح هلالين هنا لكي نذكر "انطباع" لإحدى بناتنا في جامعة الملك عبد العزيز بخصوص ما تشعر به من تأثير للدش وصفته بأنه سلبي حيث تقول: "يضاف إلى جانب السلبيات التي تذكر للدش، الزيادة من حب التظاهر، وعدم اقتناع الفتاة بالشاب ذي الدين والخلق، فأصبحت الفتاة لا تتمنى إلا شابا لديه فيلا وسيارة شبح ووسيم مثل حسين فهمي صاحب العيون الخضراء، ووائل كفوري صاحب الشعر الناعم وراغب علامة صاحب البشرة البيضاء...، وهذا ما يصعب توافره في مجتمعنا صاحب الطبيعة الصعبة والبشرة السمراء، وهذا من أهم الآثار التي أوصلت الفتاة الحالمة إلى سن العنوسة، وهذا أيضا ينطبق على عدم رغبة الشاب في المجتمع نفسه من الزواج من بنت من بنات بلده السمراوات والتي تختلف شكلا ومضمونا عن بوسي ونوال الزغبي.... والموضوع في حاجة إلى دراسة، خصوصا وبعض الشباب في هذه الدولة الشقيقة يرفض الزواج من فتيات يوجد لديهن دش في البيت مما يرفع من نسبة العنوسة في هذه الدولة. وتقول أخرى : "البرامج الدش تأثير كبير على الأسرة بكاملها وعلى الأطفال بوجه خاص، وأتكلم هنا عن طفل في السادسة من عمره، ابن لأحد أقاربي، الذي أصبح يردد كلمات من لهجات عربية غير سعودية (مثل كلمة البابا ، والماما ، وشوب (بمعنى حار) ، وإمبلى (بمعنى نعم)"، وذلك مع انتشار الاستعانة بأبناء دول من شرق آسيا، مختلفة معنا لغة وقيما وعادات...، هذا إلى جانب تأثير البرامج الوافدة...

وتأثير البرامج الوافدة "بدأ يظهر - مثلا - في تصرفات الطفل السعودي وسلوكياته، فقد أصبح الطفل يكره لبس الثوب الذي هو الزي الرسمي في السعودية ويكثر من ارتداء القميص

---

(١) للاستزادة، ارجع إلى: لميس علاء الدين مصطفى الوزان.- صورة المرأة في إعلانات القنوات الفضائية العربية ودورها في تشكيل اتجاهات الشباب المصري نحوها. رسالة ماجستير، **تحت الإعداد.**

والبنطلون أو "الشورت"[1] لأنه يرى الأطفال في التليفزيون بهذا اللباس، كذلك أصبح يميل إلى العدوانية لكثرة ما يراه من مسلسلات ورسوم متحركة تعرض في كثير من القنوات الفضائية وتميل إلى العنف في مشاهدها...

كل هذه الملاحظات، وغيرها تصلح لكي تكون فروضا لدراسات مستقلة، بعضها لمعرفة هذا التأثير الذي ينسب للدش على الطفل من النواحي السلوكية والنفسية بوجه خاص من خلال ما تروجه برامج الدش من مشاهد عنف، عنف بدني بل وعنف لفظي، والذي ظهر على سبيل المثال في شهر يونيه عام ١٩٩٩م في برنامج "الشريعة والحياة" الذي يبث من قناة الجزيرة القطرية مع "فاكسات" ومداخلات تليفونية من المشاهدين للبرنامج على الهواء مباشرة، وعاب واحد ممن سمح لهم بالمداخلة على الهواء في الرمز السياسي لدولة الكويت، وترتب على ذلك إغلاق مكتب قناة الجزيرة القطرية الموجود في الكويت، وإلغاء هذه الفقرة عندما أعيد بث البرنامج في اليوم التالي.

كذلك تروج القنوات الوافدة للغات أجنبية ولهجات محلية بدأ يظهر تأثيرها بوضوح من خلال احتكاكنا اليومي مع زميلات وطالبات في جامعة الملك عبدالعزيز...، مما يتطلب القيام بدراسات قبل أن نسلم بهذه الحقائق حتى نستطيع الحياة مع غيرنا في النور. لذلك كان موضوع الدش من بين المحاور الرئيسية التي نالت اهتمامنا للكشف عن العوامل السسيولوچية التي لها علاقة بحيازة وسيلة إعلامية حديثة في دولة إسلامية محافظ ، وذلك في دراسة عن **وسائل الإعلام في إطار وقت الفراغ** طبقناها على عينة قوامها ١١٥٧ مفردة من الذكور والإناث ممن يبلغون من العمر ١٨ سنة فأكثر من سكان المنطقة الغربية في المملكة العربية السعودية. وفيما يلي بعض النتائج، والتي نقارنها من حين لآخر بنتائج دراسات أخرى أجريت في دمشق وغيرها.

أولا - حيازة دش في دولة عربية إسلامية

(ا) اتخاذ قرار الحيـازة

١ - المعارضة في دخول الدش البيت السعودي

لاقى دخول الدش البيت السعودي معارضة بنسبة ٨. ١٨% (٢١٧ مفردة من ١١٥٧)، أي بنسبة ١. ٤٠% من بين حائزي هذه الوسيلة. وكانت المعارضة من قبل الأم في الأسرة أكثر من أي فرد آخر بها، ثم بنات الأسرة، وكذلك الأخ الأكبر - حتى في حالة إقامته بعيدا عن الأسرة - بل والجد، والخال...، والجدول التالي يحدد هوية الشخص، أو الأشخاص (حيث يمكن وجود أكثر من معارض هنا)، الذين عارضوا دخول الدش البيت في المملكة السعودية.

معارضة دخول البث الوافد، الدش، البيت السعودي

(١) شاهدنا هذا التأثير في رسوم عينة من الأطفال المقيمين في المنطقة الغربية بالسعودية. للاستزادة، ارجع إلى: رسوم الطفل بين المحلية والعالمية. **مرجع سابق.**

عارض في حيازة الدش	التكرار	النسبة % في إجمالي حجم العينة (١١٥٧)	النسبة % بين من لديهم دش (٥٤١)
الأم	١٠٢	٨,٨	١٨,٩
الأب	٤٦	٤	٨,٥
الابنة	٣٨	٣,٣	٧
الابن	١١	١	٢
آخر	٢٤	١,٥	٤,٤

وعند السؤال عن أسباب المعارضة في إدخال الدِش البيت، خرجنا بالأسباب التي يعرضها الجدول التالي" مرتبة تنازليا حسب عدد مرات تكرارها، وحيث يمكن وجود أكثر من سبب بالنسبة لبعض الحالات.

أسباب معارضة حيازة الدش

أسباب معارضة حيازة الدش	التكرار	النسبة % في إجمالي حجم العينة (١١٥٧)	النسبة % بين معارضي إدخال الدش البيت (٢١٧)
أسباب دينية	١٦١	١٩,٩	٧٤,٢
أسباب أخلاقية	١٤٥	١٢,٥	٦٦,٨
أسباب اقتصادية	٧	٠,٦	٣,٢
أسباب أخرى	٢٦	٢,٢	١٢

وقد جاء في فئة "أسباب أخرى" ، أن *"المعارضة كانت دينية لأنه أدخل البيت في شهر رمضان وبعض القنوات تعرض أشياء مخلة بغض النظر عن الأغاني..."* ، و*"حتى يستطيع الأبناء التركيز في المذاكرة"*، و*"مضيعة للوقت"*، و*"يلهي عن الدراسة"*، و*"تقليل وقت المذاكرة"* ، و*"يؤثر في البحث عن الثقافة في الكتب"* ، و*"خوفا من أن نرى أفلاما تغضب الله أو قنوات غير أخلاقية فتم حذف هذه القنوات واكتفى بالقنوات العربية"* (ونشير هنا إلى أن بعض أجهزة الاستقبال، الريسيفر، مزودة بإمكانيات توفر التحكم في مشاهدة قنوات بعينها حيث يستطيع من يريد قفل القنوات التي لا يريد أن يراها الأطفال مثلا ، أو عدم "برمجتها" من البداية).

٢ ـ صاحب قرار الحيازة

اتخاذ قرار إدخال الدش البيت السعودي، والذي يعني ضمنا قبول التعرض للبرامج الأجنبية الوافدة عبر الأقمار الصناعية، يلاحظ أن **الأب في العينة المدروسة هو في الغالب صاحب القرار**، الذي هو قرار سيادي (فهو موقف يعبر عن مركز الأب صاحب القرار في البيت السعودي كما هو موافقة على **دخول وافد أجنبي إلى البيت**)، إلا أنه أيضا قرار اقتصادي بالدرجة الأولى.

ثم يأتي **الابن** ـ وهو صاحب قرار في المجتمع المدروس ربما في حالة غياب الأب ـ فنحن لا يجب أن نغفل أننا هنا بصدد الحديث عن تقنية حديثة تجذب الشباب من الجنسين أكثر من كبار السن التقليديين، وقد يفسر هذا مجيء **الابنة في مرحلة متقدمة عن الأم في هذه الدراسة**

بخصوص اتخاذ قرار إدخال الدش البيت السعودي حتى تكون في مستوى قريناتها. وغني عن القول هنا، بأن **تعليم الفتاة في الأسرة السعودية قد ولّد لديها تطلعات** جعلتها تطالب بإدخال الدش البي، وذلك ربما لمعرفة ما يقدم على شاشات تليفزيونات دول أخرى، ولهن تجربة سابقة ـ بالنسبة للعينة المدروسة من المنطقة الغربية في السعودية ـ في البرامج التي تقدمها قناتان للتليفزيون المصري والتي يمكن استقبال بثهما صيفا في جدة عبر موجات الطيف الترددي (الموجات الهيرتزية) بالهوائيات العادية التي تستقبل بها برامج القناتين السعوديتين، ولكن بدرجة ضعيفة ومشوشة في الغالب، أو استخدام أجهزة تقوية لاستقبال البث المصري بدرجة نقاء أكبر. والجدول التالي يحدد صاحب فكرة إدخال الدش البيت بالنسبة للعينة المدروسة.

صاحب فكرة إدخال الدش المنزل

صاحب فكرة إدخال الدش	التكرار	النسبة % في إجمالي (حجم العينة ١١٥٧)	النسبة % لدى من لديهم دش (٥٤١)
الأب	٢١١	١٨,٢	٣٩
الابن	١٥١	١٣,١	٢٧,٩
الابنة	٨٤	٧,٣	١٥,٥
الأم	٦٤	٥,٥	١١,٨
إجابات أخرى	١٣١	١١,٣	٢٤,٢

يلاحظ من بيانات الجدول السابق ارتفاع نسبة "إجابات أخرى" والتي تضم من ذكروا "أكثر من فرد في الأسرة بدون تحديد شخص بعينه" أو أن "جميع أفراد الأسرة متفقة في الرأي"، أو "جميع الأبناء"، أو "الأب والأم معا"، أو ذكروا أفرادا آخرين مثل العم أو العمة أو الخال أو الابن الأصغر أو ابن عائلة أخرى تقيم في المبنى، أو "سكان العمارة"، أو أنه "كان في المجمع السكني قبل الانتقال للإقامة فيه"، أو "الشركة التي يقيمون في مساكنها"...

٣ ـ الدوافع التي تختفي وراء اتخاذ قرار الحيازة

عند السؤال عن الأسباب التي تختفي وراء التفكير في اتخاذ قرار إدخال الدش البيت لمعرفة الدوافع ، نشير إلى أن الدافع وراء حيازة التليفزيون هو التسلية بالدرجة الأولى وهي مسألة صحية وطبيعية أن تكون التسلية هي الدافع الأقوى لحيازة التليفزيون، فنحن في حاجة إلى أن "نروّح عن القلوب ساعة"، ولا ننسى في هذا الموضع الجملة التي قالها الملك فيصل رحمه الله عندما سئل عن التليفزيون فقال إنه "تسلية بريئة". والفرد ينبغي أن يعرف كيفية "الاستفادة معرفيا وثقافيا من الوسيلة دون شطط ودون تطرف ودون شعارات، مثل التليفزيون مدرسة والتليفزيون وسيلة لتحقيق التنمية...(كما يقول الزميل السوري أديب خضور)"، إذ ينبغي الاعتراف صراحة بأن التليفزيون وظيفته الأولى التي تختفي وراء دوافع حيازته هي التسلية، وإن كنا نرى أن على التليفزيون في الدول النامية مسؤولية لا تقل عن مثيلتها بالنسبة لأي مؤسسة "ثقافية" أخرى.

أما حيازة "التليفزيون الدولي"، الدش، في عينتنا التي تم استخراجها من المنطقة الغربية في المملكة العربية السعودية ، فقد كان الدافع الأساسي الذي يختفي خلفها هو "معرفة ما يحدث

في العالم"، والذي تردد هنا من أكثر من نصف حجم العينة ممن لديهم دش. والظواهر تنشأ وتدرس وتحلل في التاريخ والمجتمع، وليس خارجها، ويبدو لنا أن هذه الإجابة لم تأت من فراغ، ولكنها بنيت عن تجربة عاشها المبحوثون مع شبكة "السي إن إن" (CNN) إبان حرب تحرير الكويت، في حين توصل أديب خضور من بحثه الذي أجراه على حائزي الدش في مدينة دمشق إلى أن "التسلية هي الدافع المنفرد الأقوى لاقتناء الصحن اللاقط، الدش، واستقبال البث الفضائي (٣٠,٣%)، يليه دافع مشاهدة مادة تليفزيونية موضوعية ومتوازنة ومتطورة (٢٣,٤%)، ويشغل المرتبة الثالثة دافع الهروب من واقع التليفزيون المحلي (١٧,٢%)، والمعرفة والاطلاع (١٣,٧%)، ثم تأتي الدوافع الاجتماعية مجتمعة: المظهر الاجتماعي (٣,٤%) وضغط الأولاد (٢,٧%) وضغط الزوجة (٨,٩%). ويقول خضور إنه " في ضوء بقية المعطيات الخاصة بالبحث، تعتبر هذه النتائج مفهومة ومعقولة، وأنه أمام جمهور تليفزيون عادي وطبيعي يفهم وسيلته، ويعرف ماذا يريد منها، ولا يخجل من دوافعه، ولا يستحي حتى من عقده". ولكن قوة الدافع الإعلامي والمعرفي (دافع مشاهدة مادة موضوعية متوازنة، ودافع توسيع وتنويع المعارف والاطلاع، يشكلان معا نسبة ٣٧,١% بحيث يتقدمان معا على دافع التسلية بالنسبة لعينة دمشق، وتقترب هذه النتيجة مع ما توصلنا إليه في بحثنا عن واقع الدش في المملكة العربية السعودية.

أسباب التفكير في إدخال الدش البيت السعودي

سبب التفكير في إدخال الدش البيت	التكرار	النسبة % في إجمالي حجم العينة (١١٥٧مفردة)	النسبة % بين من لديهم دش (٥٤١ مفردة)
معرفة ما يحدث في العالم	٣٢٦	٢٨ .٢	٦٠,٢
مشاهدة برامج لا يقدمها التليفزيون السعودي	٢٥٠	٢١ .٦	٤٦,٢
مشاهدة برامج أكثر	٢٣٧	٥,٢٠	٤٣,٨
مشاهدة منوعات عربية	١٢٦	١٠ .٩	٢٣,٣
مشاهدة أفلام عربية	١٠١	٨ .٧	١٨,٧
مشاهدة أفلام أجنبية	٩٧	٨ .٤	١٧,٩
شيء جديد	٨٢	٧ .١	١٥,٢
مشاهدة منوعات أجنبية	٥٩	٥ .١	١٠,٩
تقليد الآخرين	١٠	٠ .٩	١,٨
أسباب أخرى	٦٧	٥ .٨	١٢,٤
إجمالي من سئلوا			٥٤١.

وقد جاء في الإجابة "أسباب أخرى" بالنسبة لدوافع حيازة الدش في العينة المدروسة في المملكة العربية السعودية، "متابعة البرامج الرياضية العالمية" و"مشاهدة البرامج الرياضية على الهواء" و"مباريات كرة القدم والتعليق عليها "، و"لمشاهدة الأحداث على الحقيقة"، و"آخر أخبار الساعة"، و"زيادة المعرفة الثقافية"، بل و"محاولة تقييم الفرق بين التليفزيونات العربية"(٣٠ سنة ويعمل في البنك الإسلامي ويتابع باهتمام الشبكتين CNN وCFI)، وعند

سؤاله عن أهم الأخبار التي يتذكرها حدد بالترتيب: "تحرير الكويت"، ويذكر المبحوث هنا كل البدائل المطروحة ماعدا "تقليد الآخرين وذلك من "MBC"، و"التعرف على فيروس الإيدز واكتشافه على نطاق العالم من CNN"، و"تحطم جدار برلين واتحاد ألمانيا من "CNN"، و"وصول المنتخب السعودي إلى كأس العالم لأول مرة في تاريخه من القناة الأولى السعودية" (والتي هي قناة أرضية وفضائية في الوقت نفسه).

(ب) تأثير الدش على وسائل الإعلام الإليكترونية الأخرى

كل الدراسات السابقة التي قام بها غيرنا في هذا الموضوع، ركزت على تأثير الدش على الأسرة، متناسية تأثير الدش على وسائل الإعلام الأخرى التي هي أيضا ظاهرات اجتماعية تؤثر في بعضها بعضا. ولكن، في إطار سسيولوچية وقت الفراغ، يمكن معرفة تأثير دخول وسيلة جديدة، في استقطاب "زبائن"، او بعض زبائن، الوسائل التي سبقتها في الظهور، حتى أن هناك من تصور يوما بأن الوسيلة الجديدة من الممكن أن تضرب الوسيلة الأقدم منها في مقتل وتمسحها من الوجود. ونفتح هلالين هنا لكي نذكر أن إحدى طالباتنا في جامعة الملك عبد العزيز قد لاحظت (كما لاحظنا نحن أيضا) أنه عندما سألنا طالباتنا عمن شاهدت منهن التليفزيون السعودي في اليوم السابق كان الرد بالإيجاب من قبل طالبة واحدة، وعند تعميم السؤال عن مشاهدة التليفزيون من أي قناة غير سعودية رفعت ثلاثة أرباع القاعة على الأقل أيديهن بالإيجاب، مما يشير إلى **الانصراف عن التليفزيون القومي والإقبال على التليفزيونات الأخرى** الوافدة بدون تحديد لجنسيتها هنا. وتقول إحدى طالباتنا أيضا إنها عندما تسأل بعض من تعرفهم عن مشاهدة القناة الأولى السعودية ولو مرة واحدة في الأسبوع يكون الرد بسؤال ساخر هو :"هل مازالت موجودة حتى الآن ؟" (هذه القناة من أوائل القنوات الفضائية العربية التي تبث أيضا عبر القمر الصناعي للوصول بالتليفزيون القومي السعودي إلى أماكن دخل الأراضي السعودية والتي لا يصلها البث "الهيرتزي" العادي).

وفي دراستنا عن سسيولوچية وسائل الإعلام في السعودية، بحثنا عن تأثير الدش ـ بكل القنوات الفضائية التي ينقلها للمشاهد بلمسة فقط من إصبعه ـ تأثيره على كل من التليفزيون القومي والفيديو ووصلنا إلى النتائج التالية:

١ـ تأثير الدش على مشاهدة برامج التليفزيون في المملكة العربية السعودية

في دراسة سابقة لنا، وفي إطار سسيولوچية وقت الفراغ، وللإبهار الذي يمكن أن يكون للقنوات الفضائية والتي عرفناها في مصر مع دخول القناة الإخبارية "الكابلية" CNN(١) مع حرب تحرير الكويت، حذرنا من أن هذه القنوات الأجنبية يمكن أن تسحب البساط من تحت أقدام التليفزيون المصري.

---

(١) هذا الاسم الشائع هو اختصار لاسم "الشبكة الكابلية للأخبار"(Cable News Network) لصاحبها "تيد تيرنر. وللاستزادة في موضوع التليفزيون الكابلي، ارجع إلى كتابنا: محاولات الانسان الاتصال سلكيا ولاسلكيا. **مرجع سابق.**

وفي هذا البحث الذي طبقناه في المملكة العربية السعودية، تأكدت لنا صحة مخاوفنا من هذا الوافد الجديد وتأثيره على مشاهدة برامج التليفزيون القومي في المجتمع المدروس، حيث رد بالإيجاب عن السؤال الخاص بتأثير الدش على مشاهدة التليفزيون ٤٠٠ مفردة بنسبة ٧٣,٩% ممن لديهم دش، و١١٦ مفردة بنسبة ٢١,٤% فقط نفوا تأثير دخول الدش على مشاهدتهم التليفزيون السعودي، وظلت ٢٥ مفردة بنسبة ٤,٦% ممن لديهم دش بدون إبداء رأي في هذا الخصوص.

وعن نوع هذا التأثير الذي يمكن أن يكون للدش على مشاهدة برامج التليفزيون السعودي، وجدنا ٢١٦ مفردة بنسبة ٣٩,٩% ممن لديهم دش في العينة المدروسة لم تعد تشاهد برامج التليفزيون السعودي، و١٩٨ مفردة بنسبة ٣٩,٦% من مشاهدي الدش قلت مشاهدتهم لبرامج التليفزيون السعودي.

٢- تأثير الدش على التعرض للفيديو

يقال، إن ظهور وسيلة إعلام حديثة يؤثر على الوسيلة أو الوسائل الأقدم منها ويهدد وجودها، خصوصا إذا كانت الوسيلة الأحدث تشبع للفرد الحاجات نفسها التي توفرها له الوسيلة الأقدم، ويزيد التهديد كلما كانت الوسيلة الأحدث توفر للفرد إشباع هذه الحاجات بدرجة أكبر وبصورة أجود. ودخول الدش المنزل قد يكون له أثره على وسيلة أقدم منه وهي الفيديو، بكل خصائصه التي تميزه عن غيره من الوسائل الأخرى، والذي يوفر للفرد مشاهدة مواد لا يقدمها له التليفزيون، سواء من حيث الكم أو من حيث الكيف والمضمون...

وقد يعني دخول الدش المنزل انتهاء عصر الفيديو واختفاءه نهائيا من حياة الأسرة، إذ إن هذا الجهاز الجديد، الدش، يقدم ما عنده من مصادر متعددة على مدار اليوم طوال أربع وعشرين ساعة متصلة ومن أكثر من مصدر، مما يوفر للمشاهد معرفة وجهات نظر مختلفة بالنسبة لبعض القضايا، ونوعيات متعددة من المواد الترفيهية ورؤى متعددة...

وقد لوحظ من إجابات عينة الدراسة لبحث سابق أجريناه في مصر على عينة من حائزي الدش أن مشاهدة الفيديو قد تأثرت بالدش الوافد الجديد على النحو التالي :

- ٢٠,٢% أجابوا بنعم على الحرص على مشاهدة الفيديو في المنزل،
- ٥٠,٣% أجابوا بكلمة أحيانا،
- ٢٠,٢% أجابوا بالنفي على هذا السؤال،
- ٩,٣% لم يجيبوا عن السؤال.

وهكذا يمكن القول بأن أغلب من يمتلكون الدش مازالوا يستخدمون الفيديو في التسجيل، ربما، وأكثر من ذي قبل لتنوع برامج الدش. فهم يحتاجونه لتسجيل بعض البرامج واللقاءات والأفلام والمنوعات... مما يبث من بعض القنوات الفضائية، هذا إلى جانب استخداماته الأخرى في المناسبات الخاصة بالأسرة وفي المواد التعليمية وكرتون الأطفال، وإن كان قد قل استخدام الفيديو من ناحية عرض البرامج السابقة التسجيل.

وبسؤال من نفوا مشاهدتهم الفيديو بالنسبة للعينة المدروسة في مصر ، ظهر صراحة أنه بسبب وجود الدش وذلك ضمن أسباب أخرى على النحو التالي:

- عدم وجود وقت،
- يفضل مشاهدة برامج التليفزيون من الدول الأخرى، أو يفضل مشاهدة التليفزيون، أو لوجود الدش،
- غير مهتم – أو غير راض- بما يوجد على شرائط الفيديو،
- عدم وجود أفلام جديدة وجيدة، وتفضيل الذهاب إلى السينما إذا كان الفيلم هادفا ومفيدا، أو الذهاب للمسرح.

والتميز باقتناء شيء جديد والذي يتسم به حائزو الدش، يجعلنا نتوقف أمام حيازتهم لجهاز الفيديو، ونتصور وجود هذا الجهاز لديهم قبل الدش. وفي البحث الذي أجريناه في السعودية(١)، اتضح أن ٣٠١ مفردة بنسبة ٢٦% من إجمالي حجم العينة المدروسة (١١٥٧مفردة) ذكروا أن لديهم الدش ولديهم أيضا الفيديو، ويمثلون نسبة ٥٥,٥% من حائزي جهاز الفيديو، ونسبة ٥٤,٩% من حائزي الدش، ونحن في هذه العينة أمام نسبة تصل إلى ٧٠,٩% من الحجم الإجمالي للعينة المدروسة لديهم الدش والفيديو معا وذلك من بين من أجابوا عن أسئلة الحيازة الخاصة بالدش والخاصة بالفيديو (١١٣٣ مفردة بنسبة ٩٧,٩% من حجم العينة).

وهذه النتيجة، التي تشير إلى وجود الدش في البيت أحيانا مع عدم وجود الفيديو، قد ترجع إلى عدم دخول الفيديو إلى البيت أصلا وتخطي الدش تقنية الفيديو الأقدم منه (فهو أسهل من ناحية الاستخدام عن الفيديو وليست له تكاليف إضافية أو مشقة بعد حيازته التي للفيديو)، وهو ما شاهدناه في **دولة أفريقية على الأقل دخلت عصر الدش والأقمار الصناعية مباشرة دون المرور حتى بتكنولوجيا التليفزيون**، كذلك قد تعني النتيجة المذكورة هنا أن الأسرة قد تخلصت من جهاز الفيديو بعد حيازة الدش، ولكن الاحتفاظ بالفيديو مع دخول الدش قد لا يعني استخدام الفيديو في الأغراض نفسها التي كانت له قبل حيازة الدش...، ونحن هنا أمام فروض عديدة يمكن طرحها للدراسة فيما بعد، حيث **نميل إلى القول بأن الوسيلة الجديدة لا تقتل شقيقتها الأقدم منها والتي قد تتحول أغراضها واستخداماتها عندئذ بوجود الأحدث منها**، ولعل بقاء الراديو بعد ظهور التليفزيون مثال واضح لما نقصده هنا.

ومن الجدير الذكر أيضا أن البحث المذكور هنا قد باحت نتائجه **بوجود علاقة بين حيازة الدش وحيازة الفيديو** في العينة المدروسة(٢).

ورأينا أيضا أن بعض المبحوثين في هذه الدراسة لم يستغنوا عن الفيديو بعد دخول الدش المنزل، حيث أفصح هؤلاء عن أنهم يسجلون بعض مواد من الدش، إما للاحتفاظ بها في مكتبتهم الخاصة أو لتبادلها ولإعارتها لآخرين خصوصا لمن لم يدخل الدش بعد بيتهم.

---

(١) انظر كتابنا: وسائل الإعلام في إطار سسيولوجية وقت الفراغ. **مرجع سابق.**

(٢) بلغت دلالة مربع كاي هنا 000.، وهي أصغر من مستوى الثقة ٠,٠٥ مما يجعلنا نرفض فرض العدم وذلك بدرجة ثقة ٩٥%.

وبالسؤال عما إذا كان الدش قد أثر على التعرض للفيديو خرجنا بنتيجة تؤكد ذلك من ٣٥٥ مفردة بنسبة ٦٥,٥%، ونفى ذلك ١٠٩ مفردات بنسبة ٢٠,١% ممن لديهم دش وبصرف النظر عمن ليس لديهم فيديو منهم، وبقيت نسبة ٦,٧% (٧٨ تكرارا ممن لديهم دش) بدون إجابة عن هذا السؤال.

وعن نوع تأثير الدش على التعرض للفيديو خرجنا بنتيجة مفادها أن المبحوث في العينة المدروسة لم يعد يشاهد الفيديو (٢٠٥ تكرارات بنسبة ٣٧,٩% بين من لديهم دش وبصرف النظر عمن ليس لديهم فيديو منهم)، وقد قلت مشاهدة الفيديو لدى بعض آخر(١٧١ تكرار بنسبة ٣١,٦%).

٣ـ تأثير الفيديو على التعرض للبرامج الوافدة عبر الأقمار الصناعية

بعض الناس قد يدخلون عالم الدش مباشرة قبل المرور بتقنية الفيديو كما ذكرنا آنفا، ولكن الشائع هو المرور بتكنولوجيا الفيديو قبل الدخول إلى عالم الدش، حيث الفيديو موجود في السعودية قبل دخول الدش بأكثر من عشر سنوات. وقد لاحظنا في السطور السابقة أن الدش قد قضى على الفيديو لدى بعض الحالات المدروسة، ولكن الفيديو مازال موجودا لدى الغالبية ممن اشتروا الدش، حيث **يلاحظ تكاملا وتعاونا بين التقنيتين**؛ فلم تلغ التقنية الحديثة الأقدم منها، بل رأينا التقنية الأقدم هنا، الفيديو، تحتضن التقنية الجديدة، الدش، حيث يساعد الفيديو في ترويج ما يقدمه الدش، وذلك من خلال تسجيل برامج الدش وتبادلها مع آخرين. فقد وجدنا الدش والفيديو معا لدى ٤٣١ مفردة وذلك بنسبة ٣٧,٢% من إجمالي حجم العينة، حيث ذكر ١٥٠ منهم (بنسبة ٣٤,٨%) أنهم يسجلون من الدش، وذكر ١٢٣ مفردة منهم (بنسبة ٢٨,٥%) تاريخ آخر مرة سجلوا فيها من الدش، هذا ولم يتذكر ٢٧ مبحوثا بنسبة (٢,٣%) متى كانت آخر مرة سجلوا فيها من الدش. والفيديو هنا يستخدم في تسجيل مواد من الدش وخصوصا مواد التسلية (منوعات عربية[1] وأجنبية) وكذلك الأفلام وأهمها الأجنبية وذلك بنسبة فارقة بينها وبين تسجيل الأفلام العربية والتي تتكرر على الشاشة الصغيرة؛ فعندما كنا نقيم في السعودية وعند إجراء هذا البحث، رأينا ـ مثلا ـ أحد الأفلام المصرية تبث ثلاث مرات في يوم واحد على ثلاث قنوات فضائية.

وقد كشف البحث المذكور هنا عن أسباب متعددة تختفي وراء تسجيل برامج من الدش، أهمها (من حيث عدد مرات التكرار) أن التسجيل "هواية" بالنسبة لبعض المبحوثين، وهذا يشير إلى نوع من التأثير الذي يمكن أن ننسبه للفيديو على الدش، كذلك ظهرت الإجابة الدالة على إعارة شريط الفيديو المسجل من الدش لآخرين، وهذا يجعل أناسا ليست لديهم هذه التقنية (Hardware) تتعرض للدش. من خلال هذه البرامج المسجلة (Software) مما يوسع من جمهور الدش، بالإضافة إلى ما ظهر في البحث (وما لمسناه شخصيا بالنسبة لبعض الأسر السعودية) من أن بعض الأفراد يتعرضون للدش لدى الأقارب والأصدقاء، بل وفي مكان العمل. كذلك ظهرت الرغبة في تكوين مكتبة خاصة بشرائط مسجلة من الدش، ربما لخبرة هؤلاء

(١) بعض معارفنا من السعوديات كن "مدمنين" تسجيل برنامج هالة سرحان "يا هلا" ولديهن مكتبة كاملة لكل الحلقات.

السابقة بالمكتبة، حيث وجدنا احتمال قيام علاقة بين حيازة الدش ووجود مكتبة للكتب في المنزل بالنسبة للعينة المدروسة، وهؤلاء يرون أن شريط الفيديو من الوسائل التي يمكن أن تحفظ المعلومات لحين وجود حاجة إليها.

والجدول التالي يبين المضمون الغالب على الأشرطة المسجلة من الدش في العينة المدروسة مرتبة تنازليا حسب عدد مرات التكرار وحيث يمكن الإجابة بأكثر من بديل .

المضمون الغالب على شرائط الفيديو المسجلة من الدش
لدى من يسجلون من الدش (١٥٠ مفردة)

المضمون الغالب	ك	النسبة	المضمون الغالب	ك	%
ترفيهي	٧٩	٥٢,٧	ثقافي	٢٤	١٦
أفلام	٥٩	٣٩,٣	مسرحيات	١٦	١٠,٧
مباريات كرة قدم وكرتون أطفال	٤٠	٢٦,٧	اجتماعي	١١	٧,٣
مسلسلات	٢٨	١٨,٧	ديني	٧	٤,٧

بيانات الجدول عاليه تشير إلى أن المادة الدرامية (أفلام ومسلسلات ومسرحيات) تشكل نسبة كبيرة في شرائط الفيديو المسجلة من الدش، ومعظم المواد المسجلة هي مواد ترفيهية بالدرجة الأولى. أما المواد الثقافية، فهي موجودة على شرائط الفيديو المسجلة من الدش ولكن بنسبة أقل بكثير من المواد الترفيهية خصوصا بعد إضافة الفئة الخاصة بالمباريات الرياضية والكرتون. باختصار، يمكن القول بأن الدش وسيلة ترفيهية لشغل وقت الفراغ بالنسبة للعينة المدروسة، وهذا يتوافق مع ما توصل إليه أديب خضور في دراسته على عينة من حائزي الدش في دمشق وعلى النتائج التي توصلنا نحن إليها في بحثنا عن حائزي الدش في مصر...

وعما إذا كان المبحوثون يعيرون شرائط الفيديو المسجلة من الدش لآخرين اتضح من الدراسة أن نسبة منهم تفعل ذلك أحيانا (١٢٢ تكرارا بنسبة ١٠,٥% من إجمالي حجم العينة)، وبعضهم يفعلون ذلك كثيرا (٢٢٤ تكرارا بنسبة ١٩,٤% من إجمالي العينة)، ومثلهم لا يفعلون ذلك، إما لأنهم لا يسجلون شيئا من الدش حتى لو كان لديهم فيديو، أو لأن شرائطهم والتي يسجلونها لكي تكون لديهم في مكتبتهم الخاصة بهم لا يسمحون لآخر أو لآخرين "باستخدامها".

(ث) تأثير الدش على الأسرة في المملكة العربية السعودية

١ـ مكانة الدش في الأسرة

يرى بعض المبحوثين هنا أن الدش أصبح شيئا ضروريا (٢١٢ تكرارا بنسبة ١٨,٣% من إجمالي حجم العينة وبنسبة ٣٩,٢% من حائزي الدش)، بينما **العدد الأكبر من حائزي الدش في**

العينة المدروسة في السعودية يرون أنه يمكن الاستغناء عن الدش (٢٣٣ تكرارا بنسبة ٤٣,١% من حائزي هذه التقنية)، وبقي بعض المبحوثين بدون إبداء رأي في هذا الخصوص[1].

الأسباب التي تجعل من الدش ضرورة

الأسباب التي من أجلها أصبح الدش شيئا ضروريا في المنزل	التكرار	النسبة % من إجمالي حجم العينة (١١٥٧)
- فتح نافذة على العالم من الصعب بعد ذلك غلقها	١٤٠	١٢.١
- التعود عليه	١٠٣	٨.٩
- يثير موضوعات تصبح محورا للحديث	٧١	٦.١
- يشغل وقت الإناث في المنزل	٥٣	٤.٦
- يجمع أفراد الأسرة وقتا أطول في المنزل	٣٣	٢.٩
- يملأ وقت الأطفال في المنزل	٣١	٢.٧
- مؤشر للمكانة الاجتماعية	٤	٠.٢
- دليل على المستوى الاقتصادي للأسرة	٣	٠.٢

والجدول السابق يوضح الأسباب التي من أجلها يرى بعض المبحوثين في الدراسة المذكورة أن الدش أصبح شيئا ضروريا في المنزل، هذا إلى جانب أسباب أخرى ترددت في فئة "إجابات أخرى" ولكن بنسب لا تكاد تذكر. وبيانات الجدول تؤكد هنا على ما سبق قوله بأن **الدش أصبح ظاهرة اجتماعية في المجتمع السعودي، ومن الصعب بعد ذلك الاستغناء عنه بالنسبة لبعض الأفراد على الأقل...**

وإلى جانب ما تشير إليه الإجابات من فوائد للدش، يرى ٣٢٣ مبحوث بنسبة ٢٧,٩% من إجمالي العينة وبنسبة ٥٩,٧% ممن لديهم دش أن لهذا الدش فوائد أخرى لمسها المبحوث شخصيا، نقدمها للقارئ في الجدول التالي مرتبة تنازليا بحسب عدد مرات تكرارها مع عدم إغفال وجود فوائد أخرى غيرها ولكن بنسب قليلة.

الفوائد التي لمسها المبحوثون شخصيا للدش

فوائد للدش التي لمسها المبحوث شخصيا	التكرار	النسبة % من إجمالي حجم العينة (١١٥٧)	النسبة % لدى من لديهم دش (٥٤١)
- يجعل المشاهد على علم بكل ما يحدث في العالم	٢٨٠	٢٤,٢	٥١,٨
- يثقف المشاهد	٢٢٧	١٩,٦	٤٢
- يقدم برامج مستحيل مشاهدتها على شاشة التليفزيون السعودي	١٤٧	١٢,٧	٢٧,٢
- يثير موضوعات تصلح محورا للحديث مع آخرين	١٣٤	١١,٦	٢٤,٨

(١) أنظر أيضا كتابنا: الدش والعولمة...، مرجع سابق.

- يشغل وقت الأطفال	٥٥	٤,٨	١٠,٢
إجمالي من سئلوا			٥٤١ مفردة

٢- تأثير إيجابي للدش: تدعيم الاتصال الشخصي

بالرغم من أن بعض الباحثين يشيرون إلى أن وسائل الإعلام الإليكترونية، وخصوصا التليفزيون، لها تأثير سلبي على الحوار والاتصال الشخصي بين أفراد الأسرة، إلا أننا في الدراسة التي أجريناها في السعودية، وكما ظهر في دراسة سابقة لنا عن نشرات الأخبار(١)، نكتشف أن برامج التليفزيون، ونخص هنا البرامج الوافدة عبر الأقمار الصناعية والتي تستقبل منها بوساطة الدش والاستعانة بجهاز "ريسيفر" لتحويل الموجات القمرية إلى موجات تليفزيونية، يمكن أن تخلق لدى بعض مشاهديها موضوعات للحديث مع آخرين من داخل الأسرة ومن خارجها، حيث كانت نتيجة السؤال بالنسبة لمن أجابوا عن هذا السؤال وعددهم ٥٣٣ مفردة ويتحدثون عن برامج الدش، أنه "كثيرا ما يحدث ذلك" (٨٢ مفردة بنسبة ١٥,٤%)، "وأحيانا يحدث ذلك" (٣٢٤ مفردة بنسبة ٦٠,٨%)، وهذه النتيجة لمسناها في فرنسا بالنسبة لوسيلة تقنية حديثة أخرى وهي الإنترنت التي نخصص لها المبحث التالي.

والبرامج التي يشاهدها المبحوثون من الدش ترتفع في هذه العينة نسبة الحديث عنها، خصوصا مع الأصدقاء (٢٢٠ تكرار بنسبة ١٩% من إجمالي حجم العينة)، ومع الأقارب (١٢٠ تكرار بنسبة ١٠,٤%)، ومع الزملاء في العمل (١١٢ تكرار بنسبة ٩,٧%)، ومع الزملاء في الدراسة (١٠٤ تكرارات بنسبة ٩%)، ومع فرد من أفراد الأسرة (٩٩ تكرارا بنسبة ٨,٦%)، ومع الجيران (٤٤ تكرارا بنسبة ٣,٨%)، ولكن ليست لدينا أدلة إحصائية كافية تسمح بالقول بوجود علاقة بين إثارة برامج الدش لموضوعات للحديث وبين المستوى التعليمي، وإن كانت نسبة ٧٩,٤% من المستويات التعليمية المنخفضة يتحدثون عن برامج يشاهدونها في الدش مقابل ٧٢,٧% من بين الحاصلين على الثانوية العامة فأكثر يفعلون ذلك، وهذا يحسب للدش، حيث **استطاع الدش بالنسبة للمجتمع السعودي المدروس أن يثير لدى مشاهديه موضوعات تصلح للحوار وخصوصا بين أصحاب المستويات التعليمية المنخفضة.**

كذلك ظهرت في البحث ثمة علاقة بين نوع المبحوث وبين إثارة برامج الدش لموضوعات للحديث وخصوصا لدى الإناث، حيث كانت نسبة من يتحدثن عن برامج الدش بين الإناث في العينة المدروسة ٨٠,٥% بينما نسبة الحديث عن برامج الدش في فئة الذكور ٦٩,٣%، وهذه النتيجة تحسب أيضا لصالح الدش ، الذي استطاع أن يخلق موضوعات للحوار، مهما كانت نوعية هذه البرامج موضع النقاش، والأدلة كافية هنا للقول بأنه **توجد علاقة بين النوع الاجتماعي والحديث عن موضوعات يثيرها الدش لصالح الإناث هنا.**

---

(١) للاستزادة، ارجع إلى كتابنا: **علاقة سكان القاهرة بنشرات أخبار التليفزيون المصري**، الطباعي العربي، القاهرة، وهو عن الرسالة التي حصلنا بها على درجة الماجستير في الإعلام والتي بعنوان: "*دلالة نشرات الأخبار لدى سكان القاهرة*". كلية الإعلام، قسم إذاعة وتليفزيون جامعة القاهرة ١٩٧٦م.

كذلك الوضع بالنسبة للسن، حيث وجدت **علاقة في البحث الذي طبقناه في السعودية بين متغير الحديث عن برامج الدش وبين متغير السن لصالح صغار السن منهم**، فقد كانت نسبة من يتحدثون عن برامج الدش ممن هم أقل من ٣٠ سنة ٧٨,٥%، مقابل ٢١,٥% لا تثير برامج الدش لديهم موضوعات للحديث مع آخرين، بينما نسبة من تثير لديهم برامج الدش موضوعات للحديث بين من يبلغون من السن ٣٠ سنة فأكثر ٧٠,٧% مقابل نسبة ٢٩,٣% في هذه الفئة السنية لا تثير برامج الدش لديهم موضوعات للحديث مع آخرين .

خلاصة القول هنا، هي أن برامج **الدش تثير موضوعات للحديث بين فئات الإناث وبين محدودي التعليم وبين صغار السن**، ويمكن الاستفادة من هذه النتيجة في مجالات التنمية، حيث يمكن أن تنسحب هذه النتيجة على برامج التليفزيون بصفة عامة.

٣- تأثير سلبي للدش : التعرض لبرامج خارجة

يشغل التأثير السلبي للدش فكر كثير من الباحثين ونحن منهم، وذلك على المستوى الأخلاقي والاجتماعي والعقدي والثقافي والسياسي ...، باختصار، التأثير الذي لم يكن أحد يتصوره على الثوابت[1]، وخصوصا بالنسبة للأطفال والشباب. وبالرغم من إيماننا الكامل بما جاء في الحديث النبوي الشريف "كلكم راع وكل راع مسؤول عن رعيته ..."، إلا أننا نؤمن كذلك بأن "كل نفس بما كسبت رهينة". صدق الله العظيم (المدثر: ٣٨)، و"على نفسها جنت براقش" كما نقول نحن العرب، ولكن "من رأى منكم منكرا فليغيره..." كما جاء في الحديث النبوي الشريف.

وعن صحة ما يقال بأن بعض الأفراد تسجل من الدش أفلاما ومنوعات "خارجة" قد تتعارض مع الدين أو الأخلاق أو العادات أو القيم... خرجنا من إجابات المبحوثين بالنتيجة التي يعرضها الجدول التالي :

رأي العينة في صحة ما يقال بوجود من يسجل مواد خارجة من الدش

تسجيل برامج خارجة	التكرار	النسبة % من إجمالي حجم العينة (١١٥٧)
كثير جدا من الناس يفعلون ذلك	٧٨	٦,٧
يحدث ذلك نادرا	٧٧	٦,٧
كلام غير صحيح	١٠٤	٩
بدون رأي أو غير مبين	٨٩٨	٧٧,٧

أما عن القنوات الفضائية التي يمكن أن تقدم برامج يراها المبحوث "خارجة"، فقد جاءت القناة الفرنسية الدولية والتي تم إلغاء عقدها مع عربسات بعد ذلك لأنها بثت فيلما جنسيا وادعى المسؤولون عنها أن ذلك حدث خطأ وهي قناة (CFI) على رأس القائمة (٢٣٢ تكرار بنسبة

(١) وهو الموضوع الذي تتناوله رسالة الماجستير للباحث أحمد محمد محمود إبراهيم والتي بعنوان: "تأثير التعرض للقنوات الفضائية على الثوابت الاجتماعية. دراسة حالة على قرية بصعيد مصر"(يتم إعدادها تحت إشرافنا).

٢٠,١%)، ثم الأوربت (٢٠٣ تكرارات بنسبة ١٧,٥%، فالقناة المصرية (٥١ تكرارا بنسبة ٤,٤%)، وقنوات باللغة الإنجليزية (٤٦ تكرارا بنسبة ٤%)، فالقناة التركية (٣٨ تكرارا بنسبة ٣,٣%، فقناة المغرب (٢٢ تكرارا بنسبة ١,٩%)، ثم (ART) (٣٢ تكرارا بنسبة ٢,٨%)، وMBC (٢٤ تكرارا بنسبة ٢,١%)، وقنوات أخرى...

وعلى سؤال عما إذا كان للدش أضرار يلمسها المبحوث، أقر بذلك بعض المبحوثين في العينة المدروسة (٣١٤ مفردة بنسبة ٢٧,٣% من إجمالي حجم العينة)، ونفى ذلك آخرون (١٤١ مفردة بنسبة ١٢%)، وبقي عدد منهم بلا رأي في هذا الخصوص. والجدول التالي يوضح أهم الأضرار - من حيث عدد مرات ذكرها - والتي لمسها المبحوث شخصيا للدش ويحذر غيره منها.

أضرار الدش كما يراها حائزوه في العينة المدروسة

أضرار لمسها المبحوث ويحذر منها	التكرار	النسبة % من إجمالي حجم العينة (١١٥٧)	النسبة % بين حائزي الدش (٥٤١)
فيه برامج تتعارض مع تعاليم الدين الحنيف أو منافية للأخلاق	٢٥٠	٢١.٦	٤٦,٢
مضيعة للوقت	١٧١	١٤.٨	٣١,٦
فيه برامج تتعارض مع قيم المجتمع وعاداته	١٦٠	١٣.٨	٢٩,٦
يحرم أفراد الأسرة من تبادل الأحاديث(أو يقلل منها)	٦١	٥.٣	١١,٣
مكلف ماديا بلا فائدة كبيرة	٤٠	٣.٥	٧,٤

٣ - تأثير سلبي للدش على العلاقات داخل الأسرة

عن السؤال عما إذا كان دخول الدش البيت قد تسبب في ظهور مشكلات في الأسرة، كانت الإجابة بالنفي لدى ٣٥,٢% من إجمالي حجم العينة (٤٠٧ تكرارات بنسبة ٧٥,٢% من حائزي الدش في العينة المدروسة) وبالإيجاب لدى ١٠,٥% فقط (١٢١ تكرار بنسبة ٢٢٠٤% لدي من لديهم دش)، وبقيت نسبة من المبحوثين هنا أيضا بدون إجابة على السؤال . أما عن تأثير الدش على الأسرة والذي لاحظه بعض المبحوثين فيعرضها الجدول التالي:

المشكلات التي تسبب الدش في ظهورها داخل البيت

المشكلات التي تسبب الدش في ظهورها في البيت السعودي	ك	النسبة % من إجمالي العينة (١١٥٧)	النسبة % بين حائزي الدش (٥٤١)
مشكلات بسبب صعوبة انتقاء برنامج أو قناة ترضي جميع الأذواق	٦٨	٥.٩	١٢,٦
مشكلات بسبب ضرورة الذهاب للنوم في وقت مناسب	٥٠	٥	٩,٢

مشكلات بسبب ضرورة منع الأطفال من مشاهدة برامج معينة	٤٣	٣,٧	٧,٩
مشكلات بسبب عدم رضاء فرد أو أفراد في الأسرة عن برامج معينة	٤٠	٣,٥	٧,٤
مشكلات بسبب تفرغ الأطفال والشباب لمشاهدة الدش وإغفال المذاكرة	٢٠	١,٧	٣,٧
مشكلات بسبب ضرورة منع الفتيات من مشاهدة برامج معينة	١٦	١,٤	٣.
مشكلات بسبب زيادة عدد الوافدين للمنزل لمشاهدة برامج الدش	٧	٠,٦	١,٣
مشكلات لأسباب أخرى	٩	٠,٨	١,٧

باختصار شديد، نقول إن البحث الذي طبقناه على عينة من المقيمين في المنطقة الغربية بالسعودية الشقيقة قد أشار إلى إيجابيات وسلبيات للدش، وهناك من يرى أن إيجابيات الدش لا تعد شيئا بالمقارنة بالسلبيات، وأن من قواعد الشريعة "درء الذرائع"، وهناك من يشبه ذلك بالخمر والتي قال الحق سبحانه وتعالي في شأنها: أعوذ بالله من الشيطان الرجيم: ﴿يسألونك عن الخمر والميسر قل فيهما إثم كبير ومنافع للناس وإثمهما أكبر من نفعهما ويسألونك ماذا ينفقون قل العفو كذلك يبين الله لكم الآيات لعلكم تتفكرون﴾[1] صدق الله العظيم.

ولكن، نعتقد أن القارئ بدأ يتساءل عما إذا كنا نحن شخصيا ضد هذا الدش ونخاصمه، أم نتعامل معه، ومن حقه أن يعلم. في البداية، رفضنا تماما فكرة إدخال الدش البيت عندما كان قاصرا على التقاط البث الوافد من دول أجنبية بكل ما تعنيه هذه الكلمة من دلالات، وأفصحنا عن رأينا صراحة في الصحف وفي الندوات، ومنها ندوة عقدت في صحن مسجد من مساجد حي الدقي بالجيزة، وشاركنا فيها مع فضيلة الشيخ الجليل محمد الغزالي والدكتور سيد الطويل رحمهما الله والدكتور علي جمعة، وكانت الندوة عن الدش.

وسافرنا إلى السعودية، وكان قد تم إطلاق القمر عربسات الذي سمح بظهور قنوات عربية إلى جانب عدد محدود من القنوات الأجنبية. وبعيدا عن الأراضي المصرية بوسائل إعلامها التي من الصعب الاستغناء عنها (ولو على المستوى الوظيفي)، بدأنا نشعر بالغربة والحنين لسماع اللكنة المصرية، ويعرف هذا النوع من الغربة كل من خرج من بلاده للإقامة في دولة أخرى. ولكن صاحبة المنزل الذي كنا نسكنه كانت ترفض تماما فكرة تركيب دش، فهو "شيطان" على حد قولها، بل ولديها أربعة أبناء وأكبرهم فتاة في المرحلة الثانوية، والتي فرحتها كانت فائقة لا يمكن تصورها عندما كانت برامج التليفزيون المصري تصلهم صيفا، حتى ولو كانت بصورة غير واضحة ومجرد أشباح في أحيان كثيرة. واستمر الحال على ذلك، حتى دخلت ابنة صاحب البيت الجامعة، ومن المنحة التي تصرفها الجامعة السعودية لأبنائها، اشترت "نوف" الدش، الذي تحول إلى "شبكة كابلية" تخدم الأسر الثلاثة التي تسكن في المنزل، بل وتم

(١) البقرة: ٢١٩

مد "الشبكة" فوصلت هذه الخدمة إلى المنزل الوحيد المجاور لنا أيضا بأدواره الأربعة، وكان كل المطلوب من المشتركين في الشبكة هو شراء ريسيفر، فقد كان الدش من النوع الثابت ولا يستقبل إلا قنوات عربسات...

وعدنا إلى مصر وكان معنا "الريسيفر" (من النوع "التناظري" أو "التماثلي" Analogue) الذي استعملناه في جدة، ولم يكن ينقصنا في القاهرة سوى شراء دش وتثبيته على سطح البيت ووصله بالريسيفر باستخدام كابل لاستقبال قنوات عربسات، وقد كان. وبانقضاء عمره الافتراضي، تم استبدال الريسيفر التناظري بآخر رقمي هذه المرة لاستقبال قنوات القمر المصري نايل سات[١]، بل وأقمار أخرى مع تركيب "موتور" يسمح بتوجيه الدش قبالة عدد من أقمار الاتصال تقع القاهرة في المنطقة التي تغطيها إرضاء لحاجة ابنة لنا إعلامية تقدم برنامجا في الإذاعة عن السينما والأخبار الفنية والأغنية الأجنبية. ولكن بعد أيام فقط من تشغيل هذا الموتور، وجدنا أنفسنا لا نتحول عن نايل سات. وفي حوار مع بعض الزملاء في قسم الإذاعة والتليفزيون بالكلية، عرفنا أن الدش الذي لدينا والمثبت في خط رؤية مستقيم مع القمر نايل سات حالة يشترك معي فيها زميل من القسم، ولا غرابة في ذلك، فإن عدد القنوات على هذا القمر الرقمي وصل حاليا إلى ١٨٠ قناة عند كتابة هذه الكلمات[٢] وإن كان بعضها مشفر، إلا أن عدد القنوات المفتوحة للجميع بلا مقابل مادي إضافي يكفينا، حتى بالنسبة لشعائر الحج، فقد غطتها قناة "اقرأ" على القمر نايل سات فلم نبحث عنها على عربسات بقنواته محدودة العدد (وليس هذا إساءة لعربسات من جانبنا، فانتقاء عدد المحدود من القنوات أفضل من تعددها، إذا تذكرنا المثل المصري:" من كثر خطابها بارت).

٤ ـ تأثير الدش على القيم والثوابت

لمعرفة تأثير الدش على القيم أجرينا دراسة في أكتوبر ١٩٩٩م، على عينة قوامها ٢٤٠ طالبة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز بجدة ، وتم ذلك بشكل جماعي في الفصول الدراسية (Administrative Research)[٣]، وتعرفنا في البداية على علاقة العينة بوسائل الإعلام الإليكترونية، وكان سلم الأولويات (Agenda Setting) بالنسبة للعينة المدروسة على النحو التالي:

١ ـ التليفزيون بنسبة ٨٧,١%

٢ ـ الكمبيوتر بنسبة ٧٣,٣%[٤]

---

(١) القمر نايل سات قمر رقمي، ويحتاج لرسيفر رقمي.

(٢) في برنامج تليفزيوني يوم ٤ أكتوبر ٢٠١٢م، ذكر وزير الإعلام صلاح عبد المقصود أن عدد قنوات التليفزيون المصرية وصل إلى ٣٣ قناة، منها طبعا قنوات فضائية، بعضها حكومي وبعضها خاص، وأن لدينا حاليا ٧٦ محطة إذاعة، ١ منها محطات فضائية تخرج على القمر نايل سات مع محطات أخرى غير مصرية.

(1) Roger D. WIMMER & J. R. DOINICK.– **Mass Media in Research**: An Introduction. 5th edition. Wadsworth Publishing Company, 1997.

(٤) يعد هذا البحث أول بحث يشير إلى أهمية وجود كمبيوتر في المنزل.

٣ ـ الفيديو بنسبة ٥٩,٢%

٤ ـ الدش بنسبة ٤٥,٤%

٥ ـ الإنترنت بنسبة ٣٥,٤%[١]

وقد كشفنا في البحث الذي طبقناه في السعودية ونشرنا نتائجه في كتاب عن أهمية بعض الوسائل الإعلامية بالنسبة للعينة المدروسة، وذلك من خلال الإجابة عن سؤال بخصوص إمكانية الاستغناء عن الوسيلة، وخرجنا بنتائج تشير إلى أن **وسائل الإعلام ظاهرة اجتماعية**، على الأقل بالنسبة للعينة المدروسة، وهو موضوع جدير بالدراسة المتأنية، خصوصا بالنسبة للتليفزيون؛ فقد جاءت نتيجة السؤال مؤكدة على أن هذه الوسيلة من الصعب التخلي عنها، ونحن نتحدث هنا عنه في المجتمع السعودي[٢].

٧٢,١% يمكنهم الاستغناء عن الدش
٦٥,٨% يمكنهم الاستغناء عن الفيديو
٥٦,٧% يمكنهم الاستغناء عن قراءة الجريدة اليومية
١٩,٦% فقط يمكنهم الاستغناء عن التليفزيون

وقد كشف البحث عن وجود علاقة قوية بين التعرض للدش والتعرض للفيديو، وأكد عدم اختفاء التقنية الأقدم، والجدول التالي يوضح هذه العلاقة:

توزيع عينة الدراسة تبعا لمشاهدة الدش ومشاهدة الفيديو

مشاهدة الدش	مشاهدة الفيديو			
	يشاهد الفيديو بانتظام	يشاهده أحيانا	لا يشاهده	الإجمالي
يشاهد الدش بانتظام	٨	٥٤	٨	٧٠
يشاهده أحيانا	١١	٦٨	١٢	٩١
لا يشاهده	٦	٤٥	٢٨	٧٩
الإجمالي	٢٥	١٦٧	٤٨	٢٤٠

كذلك أثبت هذا البحث أيضا هو الآخر أن **الوظيفة الأساسية للدش هي التسلية**، حيث تبين أن أسباب تفضيل قناة عن أخرى هي المواد الترفيهية (أفلام ومنوعات) التي جاءت بنسبة ١٠,١%، تليها المادة الإخبارية التي جاءت بنسبة ٩,٣%، فالبرامج الدينية والثقافية التي ذكرت بنسبة ٩,٢%. ولا يفوتنا هنا أن ننوه عن أن "الإخراج والإبهار" بوصفهما من أسباب تفضيل قناة عن غيرها من القنوات الفضائية في العينة المدروسة يرتبطان بالدرجة الأولى بالمادة

(١) ويعد هذا البحث أيضا أول بحث يشير إلى أهمية دراسة الإنترنت بعد أن دخل البيت.

(٢) خصوصا ووسائل الترفيه الأخرى محدودة في السعودية عما هو متاح في مصر.

الترفيهية[١]، وخصوصا بالأغاني والمنوعات، ولذلك **نطالب المسؤولين بالاهتمام بإخراج المواد الجادة، الثقافية والدينية بل والإخبارية أيضا...**

٥ ـ الدش والعولمة

سبق لنا في عام ١٩٧٦م أن طرحنا فرضا مفاده أن "**التليفزيون يمكن أن يخلق الإنسان العالمي**[٢]"، وإن كان "أبراهام مولز" يقول في واحد من كتبه "الزلزال الذي يحدث في شيلي لا يمثل لساكن في برلين أو مارسيليا سوى نوع من أنواع التسلية"[٣] مما يتعارض ربما مع الفرض الذي طرحنا في بحث طبقناه على عينة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز بجدة.

وفي هذا البحث المذكور والذي خصصناه للدش، ربطنا بين درجة الحزن على وفاة الأميرة ديانا (حوالي ثلاث سنوات قبل إجراء البحث) وبين إمكانية الاستغناء عن الدش بقنواته الفضائية، **وخرجنا بتأكيد لوجود هذه العلاقة التي تشير إلى درجة من درجات العولمة التي من أبرز سماتها "سيادة الفكر الغربي وخصوصا النمط الأمريكي"**[٤] والتي يعرضها الجدول التالي:

توزيع عينة الدراسة بحسب إمكانية الاستغناء عن الدش
ودرجة الحزن على وفاة ديانا

إمكانية الاستغناء عن الدش	الحزن لوفاة ديانا			
	حزن كثيرا	حزن إلى حد ما	لم يحزن	الإجمالي
يمكن الاستغناء عن القنوات الفضائية	١٥	٤٩	١٠٩	١٧٣
لا يمكن الاستغناء عنها	١٦	٢٥	٢٦	٦٧
الإجمالي	٣١	٧٤	١٣٥	٢٤٠

والسؤال المطروح هنا هو: **هل وسائل الإعلام الإليكترونية الراقية الحديثة، والتي جعلت من العالم قرية صغيرة، تقوم بدور في تدعيم صوت واحد وتغليبه على بقية الأصوات في هذا العالم؟** هل نصدق ذلك إذا عرفنا مثلا أن إحدى الدراسات التي أجريت عام ١٩٩٨م قد كشفت عن أن اللغة الإنجليزية قد أصبحت اللغة العالمية الأولى إذ تستخدم في السوق الأوربية بنسبة ٥٨% مقابل استخدام اللغة الإسبانية بنسبة ٧,٩%، والفرنسية بنسبة ٣,٧%، وبعدها تأتي اللغة الصينية ثم لغات أخرى منها اللغة العربية[٥] والتي يتحدث بها أكثر من ١٠,٤٥% من سكان

---

(١) قد تلجأ بعض البرامج الجادة لجذب الجمهور بحركة الكاميراء مثل نشرات الأخبار...
(٢) وهو ما نبهنا إليه في رسالة الماجستير (١٩٧٦م) السابق الإشارة إليها.
(٣) للاستزادة، ارجع إلى كتابنا: الإعلام الدولي عبر الأقمار الصناعية. **مرجع سابق.**
(٤) نشرت نتائج هذا البحث في كتاب لنا بعنوان: **الدش والعولمة في قرية ماكلوهان الإلكترونية.** دار حافظ، جدة، ٢٠٠٠م.
(٥) من الطريف أنه عند مراجعة هذا الكتاب قبل الطبع وجدنا خطأ في اسم كتاب باللغة الفرنسية حيث حذف منه حرف لم يقبله الحاسب الآلي، وتأكدنا من صحة كتابته وطباعته عدة مرات، وأخيرا كان لا بد من إضافة هذا الحرف يدويا فإن "الكمبيوتر يتكلم إنجليزي"، وقالت لي ابنتي التي تعمل في قناة النيل الدولية بأن المشكلة تواجههم باستمرار عند كتابة الأخبار على الحاسب الآلي بالنسبة لكثير من الكلمات الفرنسية التي لا يعترف بها مدقق اللغة في الحاسبات الآلية التي زودت باللغة الإنجليزية، وهي اللغة الشائع

العالم (حسب إحصائيات يونسكو عام ١٩٩٦م، هذا إذا كنا نوافق على أن الحديث باللهجات العامية، أو بلغة مخلوطة بكلمات فرنسية وإنجليزية لغة عربية! هذا إلى جانب ما شاع استخدامه بين الشباب عند الكتابة في الفيس بوك والموبايل[١].

وفي البحث نفسه الذي طبق في السعودية على طالبات في الجامعة، وجدت علاقة قوية بين درجة الحزن لوفاة الأميرة ديانا والسفر إلى خارج المملكة ولكن بدرجة أصغر من العلاقة بين الترحيب بالإقامة خارج المملكة ودرجة مشاهدة الدش.

والسؤال الذي نطرحه هنا هو : هل خلق الدش لدى العينة المدروسة تطلعات؟ وإلى أين تذهب بنا هذه التطلعات؟ هذا وقد سبق وأن قال دانييل ليرنر" في محاضرة له في كلية الإعلام في بداية السبعينيات من القرن الماضي بأن "عدم إشباع التطلعات التي ولدتها وسائل الإعلام كانت سببا في هذه الثورات التي نشاهدها في العالم الثالث" ونحن نتفق معه .

٦ ـ العلاقة بين مشاهدة الدش ودرجة الحزن لوفاة الأميرة ديانا

كشف البحث عن وجود علاقة قوية بين درجة مشاهدة الدش ودرجة الحزن لوفاة ديانا. ولكننا ، وقد طبقنا هذا البحث على عينة من الطالبات السعوديات ممن يبلغ متوسط أعمارهن ١٩ سنة ، نرى ضرورة في تحجيم هذه النتيجة وترك التعميم إلى حين إجراء دراسات أخرى على عينات من الشباب الذكور وعينات من فئات العمر مختلفة ، ومستويات تعليمية متباينة ، فالفتاة في العينة المدروسة هنا على درجة من التعليم وفي مرحلة سنية لها خائص نفسية والتي قد يكون لها تأثيرها في ظهور هذه النتيجة؛ أي أننا نطرح النتيجة التي توصلنا إليها هنا لكي تكون منطلقا لفرض للمهتمين بالبحث عن تأثير مشاهدة الدش في عينة احتمالية بالتخلص من هذا التجانس في العينة، والذي لم يسمح باستخدام عديد من المعاملات الإحصائية (تحليل الانحدار وتحليل التباين ومعامل الارتباط واختبار التوزيع الاحتمالي ...)، والتعمق أكثر من ذلك في تحليل النتائج، حيث اكتفينا هنا باستخدام دلالة مربع كاي لمعرفة التوافق ودرجة الارتباط والتعبير عن العلاقات التي قد تكون موجودة بين بعض المتغيرات.

والجدول التالي يوضح العلاقة بين مدى مشاهدة الدش ودرجة الحزن لوفاة ديانا بالنسبة لهذه العينة من طالبات الجامعة في جدة ، حيث لم يتناول التليفزيون السعودي ولم يناقش هذا الموضوع، بعكس القنوات فضائية أخرى عربية وغير عربية. ونشير هنا إلى أن بعض الأصوات تناولت موضوع مصرع ديانا بأنه يتعلق بامرأة كانت "سيئة السمعة"، حيث لم يحزن كثيرا لوفاتها من لا يشاهد الدش في العينة المدروسة، هذا من جانب، ومن جانب آخر، فإن من

استخدامها في مصر وفي معظم دول العالم. ولحل المشكلة التي واجهتنا، لجأنا إلى البحث عن الحروف الفرنسية مثل "œ , â , ç" وما شابهها وما أكثرها في اللغة الفرنسية، كان لا بد من فتح قائمة "إدخال" (Insert)، ثم اختيار "رمز" للبحث عن الحرف أو الحروف المطلوبة، وهذا يتطلب منا الاعتذار عن أي خطأ في الكتاب لم ننتبه له. ومن قائمة "رمز" اخترنا الجملة "*جل جلاله*" بعد كتابة لفظ الجلالة، ولكن، عند الطبع، استبدلت الجملة بالرمز " Ψ ". انظر (ص٩١ من الطبعة السابقة).

(١) للاستزادة، "ارجع إلى: عائلة الشال و"الفيس بوك" ولغة "الشات"، ملحق في: **البنية السكانية**، دراسة مورفولوجية وإتيمولوجية. دار النهضة العربية، ٢٠١٠م.

لا يشاهد الدش قد حزن إلى حد ما على وفاة ديانا بنسبة ٢٠,٢٥% ، بينما نسبة من لم يحزن لذلك في الفئة التي تشاهد الدش وصلت إلى ٧٩,٧٥%. كذلك تشير بيانات الجدول إلى أن درجة الحزن كثيرا وصلت إلى ٢٨,٦% مقابل ١٢,١% فقط بين من يشاهدون الدش أحيانا. فهل يمكن تعميم هذه النتيجة على عينة من الشباب الذكور في المجتمع المدروس؟ وعلى عينة من مختلف الأعمار؟ وفي مجتمعات أخرى تختلف في خصائصها الاجتماعية والعقدية عن المجتمع المدروس؟ أسئلة كثيرة نطرحها للتحقق من صحتها أو عدم صحتها في دراسات تالية بإذن الله.

العلاقة بين مشاهدة الدش ودرجة الحزن لوفاة الأميرة ديانا

مشاهدة الدش	الحزن لوفاة ديانا			
	حزن كثيرا	حزن إلى حد ما	لم يحزن	الإجمالي
يشاهد الدش كثيرا	٢٠	٢٢	٢٨	٧٠
يشاهد الدش أحيانا	١١	٣٦	٤٤	٩١
لا يشاهد الدش	-	١٦	٦٣	٧٩
الإجمالي	٣١	٧٤	١٣٥	٢٤٠

خلاصة القول هي أننا انطلقنا في البحث لاختبار فرض طرحناه في دراسة سابقة ومفاده أن **التليفزيون في طريقه لخلق الإنسان العالمي، الذي يتأثر بالحوادث خصوصا التي تقع في دول أجنبية متقدمة تختلف في قيمها وعاداتها ونسقها عما هو سائد ومعترف به لدى الفرد في دولته الأم النامية**، وقد لمسنا ذلك في أثناء حرب العراق، حيث كان الأطفال المصريون يحزنون كثيرا على وفاة أي جندي أمريكي ولا يفكرون في المئات من العراقيين الذين يقتلون شر قتلة.

وقد حددنا لبحثنا هذا متغيرين، هما درجة الحزن لوفاة الأميرة ديانا ودرجة الحزن لوقوع زلزال تركيا (قبل إجراء البحث بشهور قليلة يعني أحدث من مصرع ديانا) لمعرفة العلاقة التي يمكن أن تقوم بين كل منهما وبين درجة مشاهدة الدش، حيث ثبتت صحة الفرض المطروح للدراسة بخصوص هذه العينة التي سحبت من السعودية؛ فقد وجدت علاقة قوية ولها دلالتها الإحصائية بين مشاهدة الدش في العينة المدروسة بالنسبة للفتيات من طالبات جامعة الملك عبد العزيز في جدة ودرجة حزنهن لوفاة الأميرة الإنجليزية ديانا.

أما بالنسبة لزلزال تركيا، فقد اختلفت نتائجنا ومقولة أبراهام مولز؛ فنحن هنا بصدد زلزال يقع لإخوة لنا في الإسلام، وهو ما أكدت عليه بعض المبحوثات، وهذا يشير إلى أنه ربما تختلف النتائج في العينة نفسها عند السؤال عن مدى الحزن بالنسبة –مثلا- للزلزال الذي وقع في تايوان قبل كتابة التقرير النهائي للبحث، وما شابه ذلك من أحداث (براكين وفيضانات واضطرابات سياسية وقلاقل عسكرية...) والتي تقع في دول لا تربطنا بها صلات وثيقة، وإن كانت النتيجة الخاصة بالحزن على وفاة الأميرة ديانا ترفض هذا الفرض، ولكن ربما تتأكد مقولة أبراهام مولز إذا طبق البحث في دول تسمى بالدول الصناعية المتقدمة، بالنسبة لحوادث تقع في دول متخلفة، أو بأسلوب رشيق في اللفظ، بالنسبة لحوادث تقع في دول نامية...

وبناء على نتائج هذا البحث وفي إطار محدوديته، فإن الفرض هنا مازال في حاجة إلى بحوث أخرى للتحقق من صحته أو من عدم صحته لخطورة دلالته في إطار ما يسمى بعصر "العولمة" و"الكوكبية"" و"الكونية".. [1]، وخصوصا لمعرفة ما المقصود بهذه العولمة والكوكبية والكونية في عصر السموات المفتوحة، وعما إذا كان هذا يعنى فقط سيادة النمط الغربي الأمريكي خصوصا بعد انهيار النظام الشيوعي، حيث نقول هنا "لا" لهذه العولمة[2] التي يتشدقون بها، ولو شاء الله سبحانه وتعالى لجعلنا أمة واحدة، شعبا واحدا، وهو القائل : أعوذ بالله من الشيطان الرجيم بسم الله الرحمن الرحيم ﴿يأيها الناس إنا خلقناكم من ذكر وأنثى وجعلناكم شعوبا وقبائل لتعارفوا إن أكرمكم عند الله أتقاكم إن الله عليم خبير﴾[3]، وهو سبحانه وتعالى القائل: ﴿ألا يعلم من خلق وهو اللطيف الخبير﴾[4].

---

(١) كلمات "كبيرة" كانت في قاموس وزير الإعلام الأسبق صفوت الشريف.

(٢) لن ندخل هنا مع المتبارين لوضع تعريف للعولمة.

(٣) الحجرات: ١٣

(٤) الملك: ١٤

المبحث السابع

الدور الوظيفي للإنترنت

كما كان عليه الحال بالنسبة للتليفزيون، ثم بالنسبة للبث الوافد عبر الأقمار الصناعية متخطيا كل أنواع الحدود الجغرافية والسياسية، تلاقي تقنية الإنترنت معارضة من قبل بعض الأفراد. فكما أن لكل شيء مؤيدوه، هناك أيضا من يعارضوا هذا الشيء، فميول الأفراد تختلف من فرد لآخر حصوصا إذا كان هذا الشيء لا يشبع حاجة من الحاجات الأساسية التي سبق الحديث عنها في فصل سابق، أو لوجود بديل، وهذا ينطبق على الإنترنت.

وكنا قد انتهينا في المبحث السابق بالقول بأن الدش لم يكن قد وصل إلى مرحلة الظاهرة الاجتماعية في الوقت الذي أجرينا فيها البحث، حيث انتشار الدش يتم تدريجيا بعكس التليفزيون الذي انتشر في المجتمعات أفقيا وبسرعة وبصورة واضحة في الدول المتقدمة وفي بعض الدول النامية. فهل يرجع ذلك إلى قدم التليفزيون وأن الوسيلة الجديدة، الدش، ما هي إلا تكرار للوسيلة الأقدم منها؟ أم أن الوسيلة تفرض نفسها كما رأينا بالنسبة للتليفزيون الذي سبق وقلنا إنه بالرغم من أنه ظهر أولا في منازل الأغنياء، إلا أنه انتشر بين جميع الطبقات في وقت واحد، ولم ينتشر رأسيا كما هي العادة بالنسبة لوسائل أخرى مثل الثلاجة والغسالة الكهربائية... التي انتشرت بين الأغنياء أولا حتى وصلت الفقراء مرورا بالطبقة الوسطى. فهل سيأخذ الإنترنت مسار التليفزيون أم سيكون أمره مثل الدش؟ الإجابة غير مجدية الآن، فما زال الإنترنت يحبو بين أيدي الأغنياء وفي سنواته الأولى، وإن كان يلاحظ أن عدم حيازة هذه التقنية شيء والتعرض لها شيء آخر بعد أن انتشرت "مقاهي" تقدم هذه الخدمة لمن يريد بمقابل مادي لا يعتبر عقبة أمام من يريد التعرف على الإنترنت أو التعامل معه، حتى في الدول النامية.

وفي إطار الموضوع الذي خصصناه للدراسة في هذا الكتاب، وهو عن وسائل الإعلام بوصفها ظاهرة اجتماعية، لن نتناول "مقاهي الإنترنت" (Internet-Café) **والتي نرى فيها تأثيرا مبكرا للإنترنت على المجتمع**، فإن هذه المقاهي تحتاج لدراسة خاصة للتأريخ لها والتعرف على أماكن انتشارها جغرافيا، وما توفره من خدمات للمترددين عليها، والخصائص الديموغرافية للعاملين فيها ، وكيفية إدارتها والعمل فيها، وكيف تحولت هذه المقاهي إلى شبكات خاصة لمن يفضلون اللعب عن طريق هذه الشبكة مع غيرهم من المتواجدين في المقهى بعد دخول الإنترنت بيوت عديدة... وهل يكتفي من يملكون الإنترنت في البيت بالدخول إلى المواقع أم أن

ترددهم على المقهى أصبح عادة حيث يقابلون الأصدقاء وجها لوجه أو يلعبون معهم عبر الشبكة الكابلية في المقهى؟ كذلك نود معرفة الخصائص الديمغرافية لأصحاب هذه المقاهي السيبرناطيقية (Cyber-café). كذلك يهمنا معرفة الخصائص الديموغرافية للمترددين عليها الآن، وحجم الوقت الذي يقضونه في الإبحار مع الإنترنت، والمواقع التي يزورونها، واستخدامهم الفعلي لهذه الشبكة، والكشف عن احتياجاتهم الشخصية منها... رؤوس أقلام عديدة يمكن تحديدها لدراسة هذه المقاهي التي ظهرت في مصر في العقد الأخير من القرن الماضي.

ونركز في السطور التالية على الإنترنت، هذه الشبكة العالمية الأخطبوطية للاتصال عبر الأقمار الصناعية، في دراسة لما هو كائن فعلا وليس ما ينبغي أن يكون، مع استشراف لمستقبل هذه الوسيلة التقنية الحديثة والتي بدأت على استحياء في مجتمعاتنا الشرقية. فقد أبت حكومات عربية إلا أن تمارس سلطتها الرقابية عليها والتي بدأتها بالمنع، ثم قصرت استخدامها على بعض جهات فقط، إلى أن اضطرت صاغرة إلى رفع الراية والموافقة للأفراد باستخدام الإنترنت. فنحن نتذكر على سبيل المثال، أن المملكة العربية السعودية رفضت الإنترنت لأسباب عديدة، وكان على المقيم في أراضيها أن يمر بالإمارات هاتفيا للدخول إلى عالم الإنترنت، إلى أن سمح المسؤولون بإدخال الإنترنت، وبدأ بعض السعوديين يتخوفون من تأثيره خصوصا على العلاقات داخل الأسرة.

أولا - الإنترنت في المملكة العربية السعودية

كان للإنترنت نصيب في البحث الذي أجريناه على عينة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز في المملكة العربية السعودية حيث ضمنا الاستمارة التي أعدت للبحث عددا من الأسئلة حول هذه الوسيلة الجديدة التي دخلت البيت في مجتمع محافظ، ونقدم هنا بعض النتائج التي تخص الإنترنت، قبل أن عرض نتائج دراسة أخرى أحدث منها عن الإنترنت في فرنسا.

(أ) علاقة العينة المدروسة بالإنترنت

كان لنا سؤال في البحث عن علاقة العينة بالإنترنت حيث التعرض للإنترنت في عينتنا المدروسة لا يتجاوز ٦,٣%، إذ لم يسمح بالإنترنت في المملكة العربية السعودية إلا قبل شهور قليلة سبقت إجراء البحث. ومن بين ١٥ طالبة فقط تتعامل مع الإنترنت في العينة المدروسة من عينة قوامها ٢٤٠ مفردة من بين طالبات الفرقة الأولى بكلية الآداب والعلوم الإنسانية بجدة، أربع طالبات (بنسبة ١,٧%) يتعاملن مع الإنترنت "كثيرا" و١١ (بنسبة ٤,٦%) يتعاملن معه "أحيانا"، و٩٣,٧% لا يتعاملن مع هذه التقنية بالرغم من وجود مقاه للإنترنت

خاصة بالنساء فقط، وبالرغم من توافر الإمكانيات المادية التي تسمح باقتناء هذه التقنية الراقية بعد السماح بها رسميا...

١- أهمية الإنترنت في البيت السعودي

بحثا عن أهمية الإنترنت واستشراف مستقبل هذه التقنية لدى العينة المدروسة، طرحنا في البحث المذكور سؤالا لمن سمعن عن الإنترنت، سواء سبق لهن التعامل معها أو لم يسبق، وكان السؤال عما إذا كانت حيازة الإنترنت في البيت مهمة، وخرجنا بالنتيجة التالية والتي تشير إلى أن **حوالي نصف العينة ترى أن الإنترنت غير مهم في البيت "السعودي"**.

- مهم أن يكون بالبيت إنترنت	٨٥ مفردة	بنسبة ٣٥,٤ %
- غير مهم	١١٧ مفردة	بنسبة ٤٨,٨ %
- لم تكون رأيا	٣٨ مفردة	بنسبة ١٥,٨ %

فهل يفسر ذلك بعدم وجود تطلعات لدى الفتاة السعودية؟ أي أن ذلك بسبب خصائص في هذه العينة المدروسة؟ أم أن ذلك يعود إلى خصائص في الأسرة السعودية وبأنها أسرة تقليدية ترفض الجديد والتطور؟ وهل يرجع ذلك أنها أسرة مترابطة والتواصل بين أعضائها قوي ولا تسمح بالتواصل مع الإنترنت كما لا تسمح بالتواصل مع آخرين؟[(١)]، هل يمكن إذن صياغة فرض بأنه **كلما زادت درجة الحميمية والتواصل بين أفراد الأسرة الواحدة قل الإقبال على استخدام الإنترنت؟** وإلى متى؟ وهل يمكن ألا توجد فوائد للإنترنت بالنسبة للمجتمع السعودي؟ وفيما يلي بعض نتائج البحث.

الفوائد التي تلمسها المبحوثات شخصيا للإنترنت

فوائد الإنترنت	التكرار
- يشغل وقت الإناث	٤٨
- يجمع أفراد الأسرة وقتا أطول بالمنزل	٣٣
- يشجع الفرد على أن يعيش أحلاما جميلة ويسمح له بالتخيل	٢١

(١) نعرف شخصيا بعض أسر في مصر تغلق على نفسها الباب ولا تتواصل مع غيرها.

٢ ـ تأثير التعامل مع الإنترنت على الأسرة السعودية

ذكر حوالي نصف من يتعاملن مع الإنترنت في هذه العينة المدروسة (سبع حالات من ١٥ حالة) أن التعامل مع الإنترنت قد أثّر على أفراد الأسرة ـ وكانت إحدى الصديقات قد قالت لنا إن زوجها قد "*أخذه الإنترنت منها*". وقد أخذ تأثير الإنترنت في هذا البحث الصور التالية التي نفضل تدوينها بنفس التعبير الذي ذكرته المبحوثات عند الإجابة على السؤال المفتوح:

١ـ "أصبحت لا أتناول وجبات الطعام مع أسرتي" .

٢ـ "انشغال أفراد الأسرة عن بعضهم" .

٣ـ "أصبح أخي منفردا" .

٤ـ "أصبحت لا أخرج للتمشية" .

٥ـ "اختلاف في نوعية المعلومات" .

والسؤال الذي نطرحه لكي يكون موضوعا لدراسة تالية هو: هل يمكن أن "يصيب" الإنترنت الفرد بالعزلة داخل الأسرة؟ أم أننا أمام وسيلة حديثة ـ شأنها شأن الوسائل الأخرى ـ يعيش الفرد معها مرحلة انبهار لفترة محدودة سرعان ما تخبو جذوتها؟

٣ ـ تأثير التعامل مع الإنترنت على مشاهدة الدش

أشار هذا البحث إلى أن التعامل مع الإنترنت يمكن أن يؤثر على مشاهدة الدش، الوسيلة التي سبقت الإنترنت مباشرة. فقد أفادت ١٢ مفردة من العينة بوجود تأثير للإنترنت مقابل ٣ فقط ذكرن عدم وجود تأثير، أي بنسبة ٤:١. أما عن نوعية هذا التأثير الذي يمكن أن يكون للإنترنت على مشاهدة الدش، فقد جاءت إجابات الحالات التي أقرت بوجود هذا التأثير على النحو التالي:

١ـ "أخذ كل الوقت"، و"قضى على وقت الفراغ الذي كان مخصصا لمشاهدة الدش"، و"قلّت مشاهدة الدش".

٢ـ "أصبحت لا أشاهد إلا البرامج المعلن عنها وأعجبتني فلا أشاهد أي برنامج بدون سبب".

٣ـ أفضل الإنترنت لأن برامج الدش مملة.

٤ـ "أصبح الإقبال على الإنترنت واستخدامه أكثر لأنه مفيد ومسلّي".

وهنا نطرح عدة تساؤلات للبحث عن إجابات لها فيما بعد ومنها:

- هل التفاعل بشكل إيجابي مع وسيلة اتصال يؤثر على علاقة الفرد بالوسائل الأخرى ذات الاتجاه الواحد؟ أو بأسلوب آخر ، **هل سيكون المستقبل للوسائل التفاعلية؟**[1]

- هل يمكن أن يقضي الإنترنت على "الإدمان التليفزيوني" "وإدمان الدش" خصوصا أن الإنترنت يوفر لصاحبه أحدث المواد الترفيهية التي يبحث عنها في وسائل الإعلام الأخرى، فالإنترنت يسمح لمستخدمه بمشاهدة برامج التليفزيون وبالتقاط القنوات الفضائية دون أي حاجة لجهاز الاستقبال الخاص بتحويل الإشارة القمرية إلى إشارة تليفزيونية والمعروف باسم "ريسيفر"، وأنه يوفر لمستخدمه - إلى جانب الترفيه والاتصال - يوفر له قدرا كبيرا من المعلومات؟ كما أن هذه الوسيلة الحديثة تشبع لدى مستخدمها الحاجة إلى الاتصال من خلال التحاور مع آخرين (يعرفهم شخصيا وفي أحيان كثيرة لا يعرفهم)، والدخول معهم في "دردشة" تتم أحيانا بالصوت والصورة؟ حيث "الإنسان حيوان اتصالي بطبعه"؟

- هل تعني هذه المؤشرات التي خرجنا بها من هذا البحث وجود علاقة ما بين درجة الارتباط في العلاقات داخل الأسرة والإقبال على هذه الوسيلة الجديدة أو عدم الإقبال عليها؟

(ب) علاقة الإنترنت بوجود صديقات من دول غير عربية

أسفر البحث عن وجود علاقة قوية بين القول بأهمية وجود الإنترنت في البيت ووجود صديقات للمبحوثة من دول غير عربية، وهذا لا يحتاج إلى تفسير من جانبنا، وإن كنا لا نعرف بالضبط هل جاءت هذه الصداقات عن طريق الإنترنت أم أن هذه الصداقات موجودة قبل دخول الإنترنت البيت ووطدت هذه الوسيلة الجديدة من أواصر هذه الصداقة.

وقد أسفر البحث أيضا عن احتمال وجود علاقة - وإن كان بنسبة أقل - بين القول بأهمية وجود الإنترنت بالبيت ووجود صديقات من دول عربية شقيقة.

---

(١) هذا السؤال طرحناه منذ سنوات في طبعة سابقة من هذا الكتاب، وذلك قبل أن نسمع عن الفيس بوك وشبكات الاتصال الاجتماعي الأخرى التي توفر أكبر قدر من التفاعل بين المشتركين فيها عبر هذا العالم الافتراضي.

ثانيا - الإنترنت في فرنسا

أشارت الدراسات التي أجريت عام ١٩٩٨م إلى أن الإنترنت ينتشر في المجتمع الفرنسي بنسبة ٢٤%، وارتفعت هذه النسبة في فبراير عام ٢٠٠٢م فوصلت إلى ٣٣%.

وبتوجيه من "بايارويب" (Bayardweb) ، التي تسعى لتدعيم علاقاتها مع الجماهير لكي تروج سلعها حيث إنها **باقة من المواقع والخدمات التي تهتم بالأسرة**، أجري بحث في فرنسا عن الإنترنت طبق في ٢٢ مارس عام ٢٠٠٢م على آباء وأمهات لأطفال تتراوح أعمارهم بين أربع سنوات و ١٨ سنة، وذلك للكشف عن مكانة الإنترنت في البيت، ومعرفة رأي الآباء في علاقة الأبناء بهذه التقنية. وقد تشكلت عينة البحث من ٥٠٠ مفردة، ٣٠٠ منهم تم اختيارهم من عينة ممثلة للمجتمع، و٢٠٠ مفردة لديهم إنترنت. وقد باح البحث بأن من لديهم إنترنت في البيت يقولون إنه وسيلة للبحث عن المعلومات (٧١%)، بينما الآخرون يهمهم الدور التربوي تجاه الأطفال والذي يمكن أن يقوم به الإنترنت (٥١%). وقد اهتم البحث بالكشف عن العلاقة التي قد تكون قائمة بين العوامل الديموغرافية للعينة المدروسة وهذه الوسيلة الحديثة بوظائفها المتعددة، وقد توصل البحث إلى النتائج التالية:

(أ) الخصائص الديموغرافية لمستخدمي الإنترنت

اتضح في هذا البحث أن الذكور في العينة المدروسة أكثر تعاملا مع الإنترنت عن الإناث. أما من ناحية السن، فقد كشف البحث عن أن الفئة السنية "أصغر من ٤٥ سنة" تهتم أكثر بالإمكانيات التي يوفرها الإنترنت في مجال الاتصال وذلك بنسبة ٥٢%، فهم في سن تدعوهم لتدعيم أواصر الصداقة مع آخرين، إلى جانب تطلعهم لكسب معلومات جديدة في فروع شتى من العلم بنسبة ٥٢% مقابل ٣٩% لدى الفئة "٤٥ سنة فأكثر"، كما أن الإنترنت مصدر للتعرف على التكنولوچيا الحديثة لدى الفئة " أصغر من ٤٥ سنة " و١٦% في الفئة الأكبر سنا، وهذه النتيجة لا تدهشنا شخصيا؛ ولقد صدق من قال "خلق أبناؤنا لزمان غير زماننا"، حيث يجب الاعتراف بأن **صغار السن منا أكثر تمكنا من مستحدثات العصر التكنولوجي الذي يعيشون طفرته وأكثر إقبالا وتفاعلا مع هذه المستحدثات التقنية عن كبار السن.**

وعلى المستوى الاجتماعي، خرج البحث أيضا بنتيجة مفادها أن المثقفين وأصحاب الوظائف العليا والكوادر يهتمون بالإنترنت ويعدونه وسيلة اتصال في البيت (بنسبة ٦٤%) ووسيلة إعلام ومصدرا للمعلومة (بنسبة ٢٢%). أما كون الإنترنت وسيلة تربوية، فإن هذا الدور الوظيفي للإنترنت ظهر أكثر في الفئات الشعبية

لدى الموظفين (٥٤%) ولدى العمال (٥٣%) بنسب ترتفع عن متوسط نسبة اهتمام إجمالي العينة الذين تم سؤالهم (٤٤%)، وبطبيعة الحال، تفوق هذه النسبة مثيلتها لدى فئة المثقفين والكوادر؛ فقد اعترف الآباء في العينة المدروسة أنهم يهتمون بالإنترنت مصدرا للمعلومات (بنسبة ٧١%)، وأنه يساعد على تربية النشء، ويعدونه وسيلة تربوية (بنسبة ٤٤%)، ووسيلة للاتصال (بنسبة ٤٣%)، ولكنه في الوقت نفسه يثير مخاوف الآباء في العينة المدروسة ويقلقهم لإمكانية تعرض الأبناء لمواقع غير ملائمة، بل ومشبوهة (بنسبة ٧٨%)، خصوصا لدى الآباء ممن لا يتعرضون للإنترنت (٨٤% مقابل ٦٩% بالنسبة للآباء الذين يتعرضون لهذه التقنية).

وفيما يلي بعض نتائج هذا البحث الذي يعد من أحدث ما طبق على الإنترنت من أبحاث ونقدمه بالأرقام في جداول يسهل قراءتها.

(ب) الإنترنت وسيلة اتصال

١ـ الإنترنت وسيلة للاتصال عن بعد

على السؤال الذي وجه لكل أفراد العينة ممن لديهم إنترنت ومن ليست لديهم هذه التقنية وهو: هل يحدث لك شخصيا تبادل رسائل إليكترونية مع آخرين؟ خرج البحث بالنتيجة التي يعرضها الجدول التالي، والتي نرجو ألا ينخدع بها القارئ ويتصور أن الإنترنت قد أصبح ظاهرة اجتماعية في فرنسا بانيا حكمه هذا على نتائج البحث، فالعينة التي طبق عليها البحث غير احتمالية ولا تمثل المجتمع المدروس.

تبادل الرسائل الإليكترونية

تبادل الرسائل الإليكترونية على شبكة الإنترنت	لديهم إنترنت %	ليس لديهم إنترنت %	الإجمالي %
كثيرا	٣٣	٢	١٤
من وقت لآخر	٢٧	٧	١٤
نادرا	١٦	٧	١٠
لا يحدث هذا أبدا	٢٤	٨٤	٦٢

يلاحظ القارئ من بيانات الجدول السابق أن ٦٠% ممن لديهم إنترنت يتبادلون رسائل إليكترونية خصوصا مع الأقارب (٣٣% في فئة كثيرا و٢٧% في فئة نادرا وإطلاقا) و٤٠% لا يتبادلون الرسائل الإليكترونية، وإن حدث ذلك فنادرا. ومن الطبيعي لدى من ليس لديهم إنترنت أن تنخفض هذه النسبة الكبيرة التي وجدناها لدي حائزي الإنترنت ممن يتراسلون إليكترونيا، وإن كانت توجد نقطة إيجابية هنا وهى هذه النسبة التي تتعامل مع

الإنترنت خارج البيت، وإن كانت هامشية (٧% فقط من عينة مكونة من ٥٠٠ مفردة). أما عن الأماكن التي يمكن أن يتعرض فيها الفرد للإنترنت خارج البيت فهي متنوعة ولا تخفى عن القارئ.

لكن تجدر الإشارة هنا إلى أن هذه الدراسة التي طبقت منذ شهور قليلة قبل كتابة هذه السطور لم تهتم بالسؤال عما يطلق عليه اسم "الدردشة"، فهي من وجهة نظرنا لا تنتمي لثقافة المجتمعات المتحضرة التي لكل دقيقة فيها ثمنها، وإن حدث ذلك ، فللضرورة القصوى وفي حوارات جادة لها موضوع محدد له أهميته بالنسبة للطرفين.

٢ـ الإنترنت يعزز الاتصال المواجهي داخل الأسرة ويقوي العلاقات بين أفرادها

ناقشنا فيما سبق موضوع التأثير السلبي للإنترنت على العلاقات الاجتماعية داخل الأسرة، عندما ينفرد المتعامل مع هذه التقنية بنفسه في غرفة خاصة يعيش فيها مع هذا العالم، ويذكرنا هذا ـ مع الفارق في التشبيه ـ بطفل ريفي مبهور بهذه الخيالات التي يشاهدها من فتحات صندوق الدنيا ورأسه مغطاة بستارة تلفه وهذه الخيالات وتحجبه عما سواها.

وفي عام ١٩٧٦، كنا قد خرجنا من دراسة ميدانية أجريناه بأن نشرات أخبار التليفزيون تساعد في خلق حوار بين أفراد الأسرة حول الموضوعات المثارة على الشاشة، وهو ما خرجت به الدراسة الخاصة بالإنترنت في فرنسا والتي نناقش نتائجها في هذه السطور، مع الرغبة لدى الكبار والصغار لمعرفة المزيد عن هذه التقنية.

فعن السؤال: هل يحدث لك شخصيا الحديث عن الإنترنت مع الأبناء في البيت؟ وجدنا أن ٤٥% ممن لديهم إنترنت يفعلون ذلك، منهم ١٩% يفعلون ذلك كثيرا، و٣٤% من غير حائزي هذه التقنية يتحدثون عنها ومنهم ٨% يتحدثون كثيرا، وهذا يعني دخول مفردات جديدة في المحصلة اللغوية لهؤلاء، ومنها ـ لطبيعة الموضوع المثار ـ مفردات سيبرناطيقة، واتسعت بذلك مدارك الطفل بمعلومات، حتى ولو كانت كلمات مفردة، مما يجعل قاموسه اللغوي أكثر ثراء من قاموس نظيره منذ عشر سنوات.

الحديث عن الإنترنت مع الأبناء

درجة الحديث عن الإنترنت	لديهم إنترنت %	ليس لديهم إنترنت%	الإجمالي%
كثيرا	١٩	٨	١٢
من وقت لآخر	٤٠	٢٦	٣١
نادرا	١٨	٢٣	٢١
إطلاقا	٢٢	٤٣	٣٥
بدون إجابة	١	-	١

ولما كان "للحديث شجون" كما يقول بنو يعرب، فإن من شأن الكلام المتبادل بخصوص الإنترنت بين الأب أو الأم مع الابن أو الابنة ، أو بين جميع أفراد الأسرة، من شأنه أن يولد حوارا متصلا ومتشعبا أمام شاشة الكمبيوتر التي تفتح أمامهم أبواب المعرفة فتستقطبهم وتحتويهم ويعيشون ما يرونه على الشاشة، فيبحرون ويغوصون ويحلقون ويندفعون في محاولة استكشاف هذا الجديد واستيعابه. وهنا ، ٤٠% من العينة المدروسة ممن لديهم إنترنت يفعلون ذلك، سواء كان الآباء هم الذين يستخدمون الإنترنت أو الأبناء، مقابل ٨% **فقط** ممن ليس لديهم هذه التقنية، وعرفنا مسبقا أن بعض هؤلاء يصطحبون أبناءهم في أماكن تتوافر فيها هذه الخدمة سواء بمقابل أو بدون مقابل.

الإبحار مع الأبناء على الإنترنت

الإبحار مع الأبناء على الإنترنت	لديهم إنترنت%	ليس لديهم إنترنت %	الإجمالي%
كثيرا	١٢	-	٥
من وقت لآخر	٣٨	٨	١٩
أحيانا	٢٣	٨	١٤
نادرا	٢٦	٨٤	٦٢
لا يحدث هذا أبدا	١	-	-

وهنا نرى أن طبيعة وظيفة الإنترنت في تلك اللحظة تجعل منه **وسيلة اتصال "جماعية" تولد التفاعل بين** الأطراف المعنية بهذا النوع من الاتصال مما يدعم محتواه، ويوصل أسلوب الحوار، كما أنه توطيد للعلاقات بين أطراف هذا الاتصال، سعادة للأب بمشاركته الابن في استقبال معلومات جديدة لم يكن الأب يعرفها قبل تلك اللحظة مما يساعد في كسر الحواجز النفسية بين طرفي الاتصال (Dominant - dominé)، وسعادة للابن مجالسته للأب أو الأم وحواره ومناقشته في أشياء قد يصعب عليه فهمها واستيعابها وحده، كذلك يتم توجيه الطفل هنا إلى كيفية انتقاء المواقع التي تفيد الطفل والابتعاد عن تلك التي يمكن أن تتسبب في مشكلات له، خصوصا أن بعض المواقع يقلق الآباء مشاهدة أبنائهم لها حفاظا على صحتهم النفسية على الأقل؛ **فالآباء في فرنسا هم الآباء في مصر وفي أي مكان، يحرصون على صحة أبنائهم الجسمية والذهنية والنفسية...**

(ت) سلبيات الإنترنت

مما سبق ذكره بخصوص الحالات التي أدخلت الإنترنت البيت في المملكة العربية السعودية، عرفنا أن لهذه الوسيلة سلبيات إلى جانب إيجابياتها. فهل يختلف الأمر بالنسبة لفرنسا؟ السؤال الأول الذي وجه للمبحوثين كان لمعرفة ما إذا كان يقلق هذه العينة من الآباء دخول أبنائهم مواقع خارجة على الإنترنت حيث كانت الإجابات على النحو التالي:

١ـ قلق الآباء على الأبناء من الدخول لمواقع غير مرغوب مشاهدتها

عند سؤال عينة الدراسة عما إذا كان يقلقهم شخصيا أن يتعرض أبناؤهم لمواقع "غير ملائمة" كانت نسبة الرد بالإيجاب لمن لديهم إنترنت ٦٩% مقابل ٨٤% ممن ليس لديهم إنترنت أي بفارق كبير بين الفئتين. فهل يمكن تفسير ارتفاع النسبة في الفئة الثانية عنها في الفئة الأولى بعدم معرفتهم الأسلوب الذي يمكن أن يتبعونه حتى يتعود الطفل انتقاء ما يتعرض له تحت إشراف الآباء الذين يبحرون معهم في الإنترنت ويدور حوار بينهم حول هذه التقنية وما تقدمه من خدمات للإنسان الواعي بخطورة ما يقدم عليه عند التعرض لنوعيات معينة من المواقع؟ وأين ذلك من الطفل إلا إذا ساعده الوالدان و"مروضا" لتقبل النصح؟ وهل يمكن للطفل التليفزيوني أن يخضع لهذه السلطة الأبوية بسهولة؟ وهل قلق الآباء الذين لديهم إنترنت بنسبة أقل من قلق الآخرين على دخول أبنائهم لمواقع غير مرغوب فيها يعنى أنهم اكتسبوا ثقة أبنائهم فيهم فأصبح الصغار طوع أمرهم ينفذون ما يؤمرون به؟ أم أن مشاهدة هذه المواقع أصبحت شيئا عاديا بالنسبة له مع طول الوقت؟ أسئلة عديدة نحتاج إلى طرحها بحثا عن إجابة عليها لكي نستعد لانتشار الإنترنت في مصر بعد انخفاض سعر الحاسب الآلي والإبحار مجانا على شبكة الإنترنت.

قلق الآباء على الأبناء من الدخول في مواقع غير ملائمة على الإنترنت

القلق على الأبناء من دخولهم مواقع معيبة على الإنترنت	لديهم إنترنت %	ليس لديهم إنترنت %	الإجمالي %
قلق جدا	٤٥	٦٠	٥٤
قلق إلى حد ما	٢٤	٢٤	٢٤
غير قلق	١٩	١١	١٤
غير قلق أبدا	١٢	٥	٨

٢- قلق الآباء من الوقت الذي يقضيه الأبناء أمام الإنترنت

القلق من الإنترنت، أو الخوف منه على الأبناء، ليس فقط تخوف الآباء من وقوع الأبناء في مواقع "سيئة السمعة" يختلف مضمون ما تقدمه مع قيم الآباء وما يريدون تنشئة الأبناء عليه. فقلق الآباء في هذا البحث الذي أجري في فرنسا ينسحب أيضا إلى الوقت الذي يقضيه الأبناء بالساعات مع الإنترنت والانصراف عن واجباتهم والتزاماتهم تجاه الأسرة.

وقد خرج هذا البحث بنتيجة مؤداها أن ٤٢% من الآباء الذين لديهم إنترنت في البيت قلقون بسبب الوقت الذي يقضيه الأبناء أمام الإنترنت، وترتفع هذه النسبة لدى غير مالكي الإنترنت لكي تصل إلى ٧٠% بفارق ٢٨% بين الفئتين. فهل من ليس لديهم إنترنت أحرص على وقت الأبناء أكثر ممن لديهم هذه الوسيلة؟ أم أنهم يتعللون بالوقت الذي قد يخصصه الأبناء للإبحار مع الإنترنت وبوجود مواقع لا يرغبون أن يشاهدها الأبناء لإخفاء السبب الحقيقي وراء رفضهم دخول الإنترنت البيت والذي قد يكون لأسباب اقتصادية بالدرجة الأولى[١]؟

القلق بالنسبة للوقت الذي يقضيه الأبناء مع الإنترنت

القلق على وقت الأبناء أمام الإنترنت	لديهم إنترنت %	ليس لديهم إنترنت %	الإجمالي %
قلق جدا	١٥	٢٥	٢١
قلق إلى حد ما	٢٧	٤٥	٣٨
غير قلق	٣٨	١٩	٢٦
غير قلق أبدا	١٩	١٠	١٤
بدون إجابة	١	١	١

٣- قلق الآباء من قيمة فاتورة الإنترنت

السؤال الآن هو : هل قلق الآباء بخصوص الوقت الذي يقضيه الأبناء مع الإنترنت هنا يعود إلى حرصهم على وقت الأبناء أم إلى الخوف من ارتفاع قيمة الفاتورة التي سوف يسددونها مقابل استخدام الأبناء لشبكة الإنترنت ؟

القلق من دفع قيمة فاتورة الإنترنت

القلق من قيمة فاتورة الإنترنت	لديهم إنترنت %	ليس لديهم إنترنت %	الإجمالي%
قلق جدا	٢٨	١٣	٣٧
قلق إلى حد ما	٢٩	٢٤	٣٢

(١) نرى ضرورة الأخذ بهذا التساؤل في البحوث التي تجرى خصوصا مع انخفاض دخل الفرد .

غير قلق	٢٢	٣١	١٧
غير قلق أبدا	٢٠	٣١	١٣
بدون إجابة	١	١	١

(ث) القلق من التسوق عن طريق الإنترنت

١- التسوق من الإنترنت

من الخدمات التي يوفرها الإنترنت لمستخدميه إمكانية التسوق عن طريقه، بحجز مقعد في إحدى قاعات السينما، أو تذكرة قطار أو طائرة، أو الاشتراك في رحلة سياحية داخل أو خارج الدولة، والاشتراك في مزادات عالمية وهم في بيوتهم ...، حيث التحكم عن بعد أصبح من سمات المجتمع المعاصر، عند تشغيل الأجهزة الإليكترونية في المنزل مثلا، وفتح أبواب السيارات وغلقها، ورفع سماعة التليفون لطلب وجبة من الوجبات الجاهزة...

التسوق من الإنترنت

التسوق من الإنترنت	لديهم إنترنت %	ليس لديهم إنترنت %	الإجمالي %
كثيرا	١	-	-
من حين لآخر	٨	١	٤
نادرا	٩	-	٣
لم يحدث هذا أبدا	٨٢	٩٩	٩٣

٢- القلق من استخدام البطاقة الإئتمانية في الإنترنت

التسوق عبر الإنترنت، والدفع عن طريق بطاقة ائتمانية، يقلق المتعاملين مع هذه الشبكة خصوصا بعد ظهور قراصنة للإنترنت أخبارهم تنشر في الصحافة العالمية والصحافة المحلية. ومن الطبيعي أن يقلق أي فرد من أن تقع بطاقته الائتمانية في أيدي أي فرد آخر، عند استخدامها في الشراء من الإنترنت، أو أن تستخدم هذه البطاقة مرة أخرى بطريق الخطأ من الجهة التي يتعامل معها عبر الإنترنت.

وفي هذا البحث، تتقارب نسبة المتخوفين من الدفع عبر الإنترنت في الفئة التي لديها إنترنت وفئة من ليس لديهم هذه الخدمة، بالرغم من أن هذه الفئة الأخيرة التي ليس لديها هذه التقنية رأينا أن نسبة ضئيلة منها هي التي نادرا ما تتسوق عبر الإنترنت (١٨% بالنسبة لمن لدهم إنترنت مقابل ١% بالنسبة للآخرين). وبيانات الجدول التالي تشير إلى أن نسبة القلق من دفع قيمة ما يمكن شراؤه عبر الإنترنت لدى حائزي هذه الوسيلة تصل إلى ٧٥%، بينما هي بنسبة ٨١% في فئة غير الحائزين.

القلق من دفع قيمة السلع عبر الإنترنت

القلق من دفع قيمة السلع عبر الإنترنت	لديهم إنترنت %	ليس لديهم إنترنت %	الإجمالي %
قلق جدا	٤٤	٤٢	٤٣
قلق إلى حد ما	٣١	٢٩	٣٠
غير قلق	١٢	٩	١٠
غير قلق أبدا	١٣	١٨	١٦

(ث) العوامل التي تدعو إلى القلق من استخدام الإنترنت

عرفنا فيما سبق أن علاقة أفراد العينة المدروسة في فرنسا بالإنترنت يشوبها القلق بالنسبة لبعض النواحي، قلق بخصوص إمكانية أن يتعرض الأبناء لمواقع لا يستحسن أن يشاهدوها لسبب أو لآخر، وقلق من الوقت الذي يمكن أن يضيعه الأبناء أمام الإنترنت، وقلق لأسباب مادية تتعلق بقيمة فاتورة الإنترنت بسبب الوقت الذي يقضيه أفراد الأسرة في الإبحار مع الإنترنت، وقلق مادي آخر بخصوص دفع فاتورة التسوق عن بعد عبر الإنترنت باستخدام بطاقة ائتمانية، والذي لم ينتشر بعد في المجتمع المدروس . والجدول التالي يجمع أسباب القلق من الإنترنت لدى حائزيه وغير حائزيه .

أسباب قلق الآباء من الإنترنت في العينة المدروسة

حيازة الإنترنت	أسباب قلق الآباء من الإنترنت في العينة المدروسة		
	القلق من دخول الأبناء في مواقع غير ملائمة	القلق من الوقت الذي يقضيه الأبناء مع الإنترنت	القلق من دفع قيمة الفاتورة عبر الإنترنت
لديهم إنترنت	٦٩	٤٢	٥٧
ليس لديهم إنترنت	٨٤	٧٠	٣٧
الإجمالي	٧٨	٥٩	٦٩

تشير الأرقام في الجدول السابق إلى أن قلق الآباء في إجمالي حجم العينة المدروسة من دخول الأبناء في مواقع غير ملائمة يفوق قلقهم من قيمة الفاتورة المرتفعة بسبب الإنترنت، ويفوق قلقهم من الوقت الذي يقضيه الأبناء مع هذه الشبكة، مما يؤكد ما سبق وأشرنا إليه من ضرورة الانتباه إلى العوامل الاقتصادية التي قد تختفي وراء تعلل المبحوثين في الدراسات الميدانية بأسباب أخرى قد تبدو منطقية لبعض المحللين إلا أنها غير حقيقية. والفرق في الأرقام التي يعرضها الجدول السابق كبير بين موقف من ليس لديهم إنترنت عن الذين لديهم هذه التقنية وقد سبق وأشرنا إلى أن التجربة الحقيقية لغير حائزي الإنترنت تجعل أحكامهم موضع شك ، ويحضرنا هنا المثل المصري الذي يقول :

ـ" تعرف فلان ؟
ـ نعم .
ـ هل عاشرته ؟
ـ لا .
ـ إذن أنت لا تعرفه ."

(ج) وظيفة الإنترنت

لمعرفة وظيفة أو وظائف الإنترنت، طلب من للمبحوثين في فرنسا اختيار فائدتين يلمسهما كل منهم شخصيا لهذه الشبكة بالنسبة له ولأسرته، وجاءت النتائج على النحو الذي يعرضه الجدول التالي

وظائف الإنترنت من وجهة نظر الآباء

وظائف الإنترنت من خلال التعرف على فوائد الإنترنت التي يلمسها المبحوث شخصيا	الاختيار الأول %			الاختيار الثاني%		
	لديهم إنترنت	ليس لديهم إنترنت	الإجمالي	لديهم إنترنت	ليس لديهم إنترنت	الإجمالي
وسيلة عملية للحصول على معلومات	٥٤	٤١	٤٦	٧١	٦٥	٦٧
وسيلة تربوية جيدة للأطفال	٩	٣٠	٢٢	٣٤	٥١	٤٤
وسيلة إعلام	٢٢	١١	١٥	٥٧	٣٥	٤٣
التعايش مع التكنولوجيا	١١	٩	١٠	٢٣	٢١	٢٢
التسوق دون الحاجة للخروج من المنزل	٢	٣	٣	٩	١٥	١٣
بدون إجابة	١	-	-	٣	٢	٣

وعند قراءة البيانات التي يقدمها الجدول السابق، نجد أن الإنترنت بالنسبة للعينة المدروسة، هو بالدرجة الأولى وسيلة سهلة للحصول على معلومات في إجمالي الإجابات للاختيارين معا، وفي كل من الاختيار الأول والاختيار الثاني كل على حدة، حيث ترتفع قيمة هذه الفائدة في الاختيار الثاني لكي تصل النسبة لدي من لديهم إنترنت إلى ٧١%. وفي المرتبة الثانية، يعد الإنترنت في هذه العينة وسيلة تربوية تفيد الأبناء وخصوصا في الاختيار الثاني بالنسبة لمن ليس لديهم إنترنت، حيث نسبة هذه الفائدة ٥١%، بينما من لديهم هذه التقنية قد ذكروا هذه الفائدة بنسبة ٣٤% في الاختيار الثاني، وفي الاختيار الأول ٩% فقط بالنسبة لمن ليس لديهم إنترنت؛ فهل كانت نظرة مالكي الإنترنت للفائدة التربوية للإنترنت بنفس النسبة قبل حيازة هذه الوسيلة ثم عدلت مع وجود الإنترنت في البيت؟ ربما، خصوصا وترتيب هذه الفوائد لدى من ليس لديهم إنترنت مختلف.حيث يأتي في

المقدمة أنه وسيلة إعلام بنسبة ٣٠%، بعد كونه مصدرا للمعلومات بنسبة ٤١% ثم هو وسيلة إعلام من وجهة نظرهم بنسبة ١١%.

أما الفائدة الإعلامية، الوظيفة الإعلامية للإنترنت ، فقد جاءت في المرتبة الثالثة بعد كونه مصدرا للمعلومات، وأنه وسيلة تربوية، بفارق كبير بين أن الإنترنت مصدر للمعلومات في الاختيار الأول بنسبة ٤٦% ، وبنسبة ٦٧% في الاختيار الثاني، بينما كونه وسيلة إعلامية، فقد جاء بنسبة ١٥% فقط في الاختيار الأول و٤٣% في الاختيار الثاني .

ونرى في بيانات الجدول السابق فائدة هامشية للإنترنت وهي التسوق "من منازلهم" وهي بنسبة ٣% فقط في الاختيار الأول، و١٣% في الاختيار الثاني، ولكن من الغريب حقا أن ترتفع النسبة لدى الفئة التي ليس لديها إنترنت، فهي في الاختيار الثاني ١٥% مقابل ٩%، وفي الاختيار الأول ٣% مقابل ٢%، ونعتقد أن هذا راجع إلى تصور من ليس عندهم إنترنت للوظائف التي يمكن أن تؤديها الشبكة، بينما من لديهم إنترنت يقررون واقع فعلي لإمكانيات الإنترنت لمسوه بنفسهم.

(خ) استشراف مستقبل الإنترنت

الدراسات الاستشرافية من أمتع الدراسات التي يمكن أن يقوم بها باحث، وقد سبق وتحدثنا عنها في كتابنا: **إشكاليات منهج البحث العلمي"** والذي نحيل القارئ المهتم إليه. واستشراف المستقبل بالنسبة لنا عشناه في طفولتنا في كتابات الأديب الفرنسي "جول فيرن" (١) (Jules VERNE) الذي قرأنا له روايات عديدة نصنفها في فئة الكتابات التي يطلق عليها المصطلح الذي استحدث في السنوات الماضية بعد ظهور السينما والتليفزيون باسم "الخيال العلمي". فقد كانت كتابات هذا الكاتب ترسم من بعيد خطوطا للمستقبل الذي تحقق حدوثه بعد صدور مؤلفات هذا المبدع بعشرات السنين...

١- حاجات العينة التي يريدون أن يشبعها لهم الإنترنت مستقبلا

ذكرنا من قبل أن الدور الوظيفي للوسيلة الإعلامية يتحدد بمعرفة السبب الرئيسي الذي كان سببا في حيازتها، ومعرفة الاستخدام الفعلي لها بعد الحيازة، والذي من الممكن أن يتعدل مع مرور الزمن، مع ظهور احتياجات جديدة أو تطلعات يرغب الفرد في أن تحققها له الوسيلة وتشبعها. وفي البحث المذكور هنا، سئل أفراد العينة عما يريدون من الإنترنت، عن ماذا يحبون وينتظرون من هذه الشبكة، ورغباتهم من الإنترنت في

المستقبل، أو بأسلوب آخر ، سئل المبحوثون عن حاجاتهم التي ينتظرون من شبكة الإنترنت أن تشبعها لهم، فجاءت النتيجة كما هو مبين في الجدول التالي والمرتبة تنازليا بحسب نسب ترددها.

رغبات العينة من الإنترنت في السنوات القادمة

رغبات العينة	لديهم إنترنت %	ليس لديهم إنترنت %	الإجمالي %
إنجاز الأعمال الإدارية من المنزل	٦٥	٤٧	٥٣
مواقع تربوية أكثر	٤٣	٥١	٤٨
خدمات عملية [1]	٣٧	٤٢	٤٠
مواقع للتعليم المستمر للكبار	٢٣	٢٢	٢٣
معلومات أكثر مصداقية	١٥	٢٥	٢١
إمكانية التسوق بأمان	٢٧	١٤	١٨
إمكانية مشاهدة كل قنوات التليفزيون بنقاء	١٦	١٢	١٣
مواقع أكثر لوسائل شغل وقت الفراغ	١٢	١٢	١٢
مواقع أكثر حيوية	٤	٦	٥
بدون إجابة	٣	٤	٤

٢- الدفع مقابل الحصول على خدمات جديدة

تقديم خدمات أكثر من الإنترنت، مثل الاعتماد على الإنترنت لإنجاز أعمال إدارية "من منازلهم"، والذي طالب به أكثر من نصف العينة حيث ترتفع نسبتهم بين من لديهم إنترنت إلى ٦٥% مقابل٤٧% في الفئة التي ليس لديها إنترنت، والخدمات العملية... والتي ينتظرها المبحوثون من الإنترنت، تتطلب من المشتركين في هذه الخدمة دفع مقابل مادي. وعند سؤال عينة الدراسة عما إذا كان المبحوث مستعد شخصيا للدفع مقابل الحصول على خدمات أكثر دقة وكاملة، خرج البحث بالنتيجة التالية، حيث يلاحظ أن الفئة التي ليس لديها إنترنت مستعدة لدفع هذا المقابل بنسبة أكبر من لدى المنتفعين فعلا بهذه الخدمة (٤٧% مقابل ٣٤% على التوالي).

الاستعداد لدفع قيمة خدمات جديدة للإنترنت

الاستعداد لدفع قيمة خدمات أفضل	لديهم إنترنت	ليس لديهم إنترنت	الإجمالي
مستعد	٣٤	٤٧	٤٣
غير مستعد	٦٢	٤٧	٥٢
بدون إجابة	٤	٦	٢

٣- تأثير مرتقب للإنترنت في استشراف المستقبل

في الدراسة الاستشرافية التي طبقت في فرنسا قبل أيام قليلة من كتابة هذه السطور (في ١٤-١٥ نوفمبر ٢٠٠٢م) على عينة قوامها ١٠٠٠ مفردة ممن يبلغون من العمر ١٨ سنة فأكثر، سئل المبحوثون عن تصورهم

لما يمكن أن يكون عليه الحال بعد ٢٠ سنة بخصوص بعض الموضوعات التي من أهمها موضوع الإنترنت، هذه التقنية الحديثة التي كسرت كل الحدود (بالمفهوم الواسع لهذه الكلمة)، والتي ألغت من قاموس "العولمة" كل ما يمكن تصوره من "محظورات" (Tabou) ، سواء ما يتعلق منها بالدين أو بالسياسة أو بالجنس ...

وفيما يلي تصور المبحوثين ودرجة تقبلهم بالنسبة للتأثير المتوقع للإنترنت بعد عشرين سنة من تاريخ إجراء البحث.

التأثير المتوقع للإنترنت

التأثير المتوقع للإنترنت	درجة الموافقة			
	لديهم إنترنت		ليس لديهم إنترنت	
	موافق جدا	موافق	غير موافق	غير موافق إطلاقا
إنجاز الأعمال الإدارية من المنزل	١٥	٤٤	٢٨	٨
	٥٩		٣٦	
التعليم سوف يكون عن بعد	٦	٣٠	٤١	١٦
	٣٦		٥٧	
إجراء العمليات الجراحية عن بعد	١٤	٣٩	٣١	١٠
	٥٣		٤١	
العلاقات الاجتماعية سوف تضعف	٣٢	٤٢	١٦	٦
	٧٤		٢٢	

وعند إجراء هذه الدراسة الاستشرافية لمستقبل الإنترنت من وجهة نظر العينة المدروسة والموضح نتائجها في الجدول السابق، نرى أمامنا تأثيرات للإنترنت سلبية وأخرى إيجابية، ويظهر تأثير الإنترنت السلبي على العلاقات الاجتماعية بين الأفراد، خصوصا داخل الأسرة، والذي لمسناه شخصيا، وكذلك أفصحت عنه بعض حالات في المجتمع السعودي في دراساتنا الميدانية ، والتي سبق لنا التنويه عنها وعن هذه النتيجة بالذات في سطور سابقة .

وهن، وبنسبة كبيرة تصل إلى ٧٤%، أي قرابة ثلاثة أرباع العينة المدروسة تتفق على أن الإنترنت، هذه التكنولوجيا الحديثة، تتسبب في الحد من العلاقات الاجتماعية بين الأفراد وتضعفها وذلك عن تجربة شخصية للمبحوثين الذين يأخذون بهذا الرأي، مقابل ٢٢% فقط ممن لا يملكون هذه التقنية، فالتجربة والمعايشة للمستحدثات هي التي تحكم مدى صحة هذا الفرض.

---

(١) إعلانات عن وظائف ، حجز تذاكر سفر ، عناوين للخروج ...

فهل نرفض التطور التقني؟ أم من الضروري أن يقنن الأفراد ويرشدون علاقتهم بهذه التكنولوجيا وبأي تكنولوجيا متطورة جديدة؟

وبيانات الجدول السابق تشير أيضا إلى ارتفاع نسبة الموافقة على أن "الإنترنت سوف تسمح بإنجاز الأعمال الإدارية في المنزل" إلى ٥٩% (أوراق مطلوب اعتمادها أو استخراجها من جهات رسمية ...) لدى الفئة التي تمتلك هذه التقنية، مقابل ٣٦% عند غيرهم. ونفسر هذا الاختلاف بين الفئتين إلى تعايش الفئة الأولى الفعلي مع الإنترنت، ومعرفتهم بقدرات هذه التقنية، ومتابعتهم تطوراتها، وإدراكهم وتوقعهم مستقبلها، أو أن هؤلاء اعتادوا قضاء بعض أمورهم بالاستعانة بالإنترنت وهم في منازلهم وأصبحوا ممن يؤثرون الدعة والاستكانة، يقبعون في منازلهم وينجزون أمورهم بالضغط على أجهزة تحكم عن بعد، والذي قد يصل بهم إلى حد الكسل والتراخي. وطبيعة هؤلاء نلمسها بشكل غير مباشر في العينة بموافقتهم على أن الأطباء سوف يجرون العمليات الجراحية عن بعد، فقد تعود هؤلاء على عدم الحركة والبقاء في أماكنهم وتأتيهم الأشياء جاهزة للاستهلاك.

وفي مقابل ذلك، يختلف الوضع بالنسبة لمن وافقوا على أن التعليم سوف يكون عن بعد، حيث تهبط النسبة لدى مالكي الإنترنت إلى ٣٦% وترتفع بالنسبة للفئة الأخرى إلى ٥٧%، وقد سبق وأشرنا إلى اهتمام ذوي الثقافة العالية بالإنترنت. فهل هذا يشير إلى وجود علاقة بين المستوى الثقافي وحيازة الإنترنت؟ وأن ذوي المستوى الثقافي المنخفض يرنون ويتطلعون لوسيلة ترفع من ثقافتهم؟ وهل سنرى اليوم الذي أشار إليه مثقف فرنسي عندما قال إن تلك الفئات التي تسعى وتبحث عن الثقافة سوف تستمر في طريقها لا يعوقها عائق بينما المثقفون يشاهدون "مادونا" ويتجمدون عند الدرجة التي وصلوا إليها في التعليم والثقافة بينما الآخرون يتقدمون ...؟ وهل ينسحب هذا إلى الدول؟! الأمثلة لدينا كثيرة ، ولكن نفضل ترك القارئ يبحث في محيطه عن صور للفئتين ليقارن بينهما .

وفي ختام هذا العرض لنتائج أحدث البحوث التي تناولت هذه الوسيلة التقنية الحديثة، الكمبيوتر ذا النهايات الطرفية، الإنترنت، والتي ظهر بالبحث أنها **وسيلة للحصول على معلومات ووسيلة تربوية تفيد النشء أكثر من كونها وسيلة للإعلام**، هذه الوسيلة التي نراها وسيلة تفاعلية بلا حواجز، جديرة بأن تحوز انتباه الباحثين في مجال الإعلام. وقد سبق لنا شخصيا أن تقدمنا لمجلس قسم الإذاعة والتليفزيون بكلية اعلام (في أول فبراير ٢٠٠١م) بتصورنا لمشروعات البحوث التي نود أن يهتم بها القسم والكلية، وركزنا في هذا المشروع على أحدث المناهج البحثية وأهم النظريات التي يمكن أن تكون نواة لبحوث المستقبل، وخصوصا البحث عن التأثير النفسي

والاجتماعي للوسائط الحديثة، وحددنا عددا من الموضوعات التي نشعر بأهميتها ومن بينها موضوع الإنترنت حيث يمكن دراسته المحاور التالية:

- تأثير الحاسب الآلي على العلاقات الاجتماعية داخل الأسرة
- الآثار المتوقعة للإنترنت
- الاتصال من خلال الإنترنت
- الإعلام في الإنترنت
- صورة الإسلام والسلمين التي يقدمها الآخر على الإنترنت

وقد اهتم بعض زملاء في القسم وبعض باحثين بهذه الخطة البحثية لقسم الإذاعة، حيث قدم الزميل أشرف جلال ورقة عن الرسائل الإلكترونية غير محددة الهوية التي وصلته على شبكة الإنترنت ووجدها في صندوق بريده الإلكتروني وناقشها في المؤتمر العلمي الذي عقدته جامعة القاهرة في إطار الاحتفال بعيد العلم، كما سجلت الباحثة منال مشروعها للماجستير تحت إشرافنا عن صورة المسلمين على مواقع الإنترنت غير العربية...

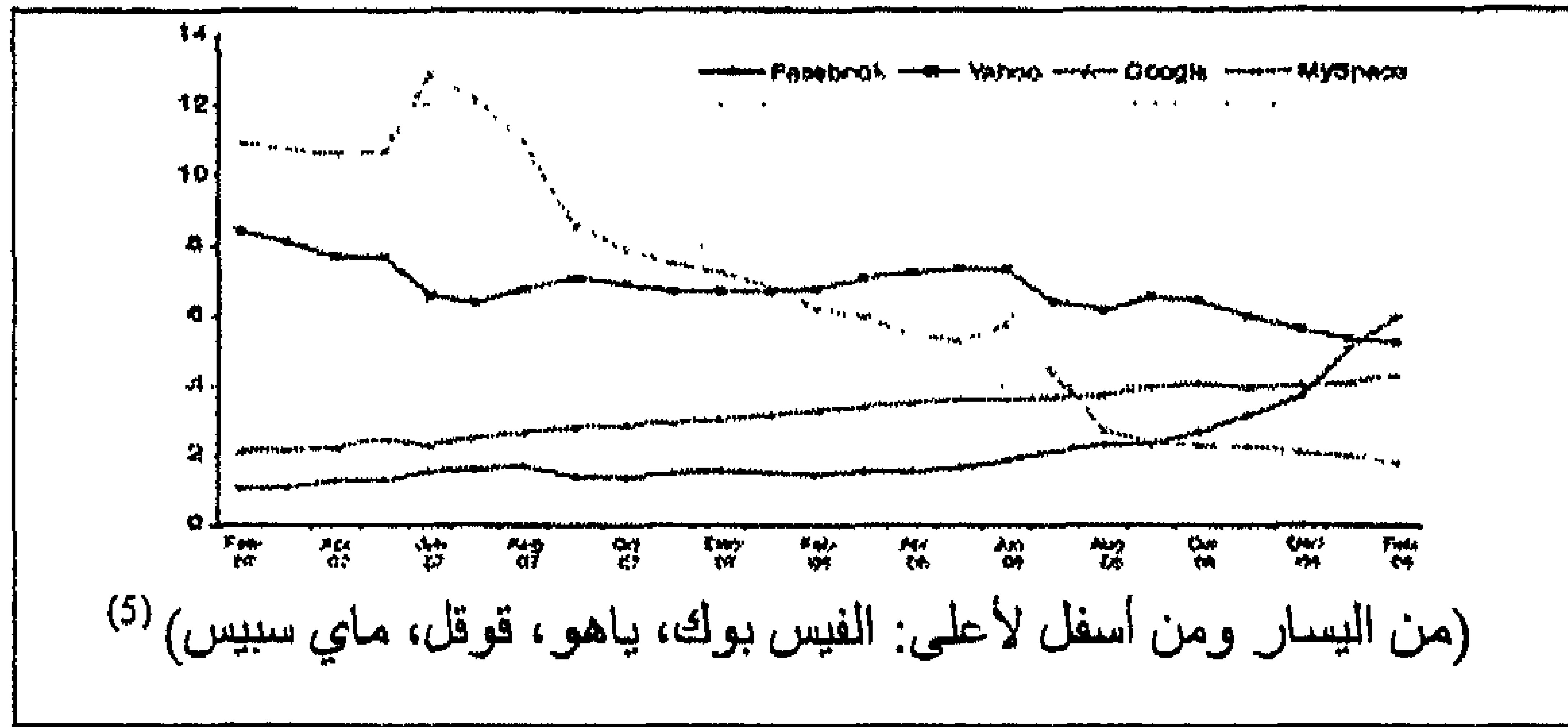
المبحث الثامن
مواقع التواصل الاجتماعي
ودورها في ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١م

أولا - الفيس بوك واندلاع ثورة ٢٥ يناير

كثيرة هي مواقع التواصل الاجتماعي عبر شبكة الإنترنت، والتي يطلق عليها أيضا اسم "شبكات التواصل الاجتماعي ، والتي تتعدد أسماؤها وأنشطتها، ومن هذه المواقع نذكر: "الفيس بوك" (FaceBook)، و"تويتر" و(Tweeter)، و"ماي سبيس" (MySpace)، و"هاي فايف" (hi5)، واليو تيوب (YouTube_)(١)....

وتلعب هذه "الشبكات" الاجتماعية في الفترة الحالية دورا مهما لدى مستخدمي شبكة الإنترنت، والذي يمكن التعرف عليه من خلال الدور الذي يمكن أن تعكسه **المدة التي يقضيها المستخدم في تصفح واستخدام الشبكات الاجتماعية، وكذلك كمية المعلومات التي يقوم المستخدمون باستقبالها أو بضخها في تلك المواقع** لنشرها وتبادلها(٢) مع الفيس بوك(٣) وياهو وغوغل وماي سبيس من فبراير ٢٠٠٧م وحتى فبراير ٢٠٠٩م(٤).

الوقت الذي يقضيه مستخدمو الإنترنت في أمريكا أمام الشاشة



(من اليسار ومن أسفل لأعلى: الفيس بوك، ياهو، قوقل، ماي سبيس) (5)

وفي الإحصائية التي نشرت عن الفترة بين شهر فبراير للعام ٢٠٠٧م، وفبراير ٢٠٠٩م والتي تقارن النسبة التي يمضيها المستخدمون الأمريكيون في تصفح المواقع: قوقل، وياهو، وماي سبيس، وفيس بوك (والتي يوضحها الشكل السابق)، حيث يتضح أن مستخدمي الإنترنت يمضون الجزء الأكبر من الوقت المخصص لهذه المواقع في تصفح ماي سبيس وفيس بوك. ومقابل التصاعد الواضح في نسبة الوقت الذي يمضيه المستخدمون أمام شبكة اجتماعية مثل

---

(١) جمال مختار ـ حقيقة الفيس بوك... عدو أم صديق؟ شركة متروبول للطباعة وأعمال الكرتون. ٢٠٠٨م، ص ٨.

(٢) رجعنا هنا لعدد من المواقع على شبكة الإنترنت.

(٣) بدأ منحنى الفيس بوك في الصعود من شهر فبراير، مقارنة بهبوط ملحوظ بالنسبة لكل من ياهو وغوغل وماي سبيس.

(٤) http://knol.google.com/k/-/-/51pp3rt6hu1i/dgpvor/fig-sn.gif

(٥) المصدر: Compete.com

الفيس بوك، كان من المنطقي وجود تدني حاد لنسبة استخدام شبكة اجتماعية أخرى وهي الماي سبيس[١].

ويشير مصطلح "فيس بوك" (Face Book)، إلى اسم "دليل الصور" الذي تقدمه الكليات والمدارس التمهيدية في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أعضاء هيئة التدريس والطلبة الجدد، والذي يتضمن وصفا لأعضاء الحرم الجامعي كوسيلة للتعرف عليهم[٢].

والفيس بوك الذي يستخدمه حاليا أكثر من ٤٠ مليون فرد هو أساسا "**مجتمع شبابي" على الإنترنت**، وهو أشبه بمدونة شخصية، أو صفحة شخصية على الإنترنت، يتكلم فيها الفرد ويتناقش وأصدقائه، حيث يتبادلون الصور والفيديو والصوتيات، مع عدم إغفال اهتمامهم بنقل وتبادل الأخبار والتعليق عليها...، وكان طالب في جامعة هارفارد الأمريكية قد أنشأ هذا الموقع ليستفيد منه زملاؤه في الجامعة[٣]. والفيس بوك يمكن تعريفه هنا بأنه "شبكة اجتماعية" يمكن الدخول إليها مجانا، وتدير هذه الشبكة شركة "فيس بوك" محدودة المسئولية كملكية خاصة لها، وحيث يمكن للمستخدمين الانضمام إلى هذه الشبكة من أجل الاتصال بآخرين والتفاعل معهم، ولهؤلاء المستخدمين لهذه الخدمة الحق في إضافة أصدقاء إلى قائمتهم، وتبادل الرسائل معهم، وأيضا تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم...

وعلى مدار الأعوام القليلة الماضية، ثار جدل طويل حول موقع الفيس بوك بوجه خاص، حيث **تم حظر استخدامه في عديد من الدول** خلال فترات متفاوتة (في سوريا وإيران على سبيل المثال)، كما تم حظر استخدام الموقع في عديد من جهات العمل للحد من إهدار وقت الموظفين في استخدام تلك الخدمة. كذلك انطلقت انتقادات موجهة إلى الفيس بوك تثير مخاوف بشأن الحفاظ على الخصوصية، والتي هي واحدة من المشكلات التي يواجهها رواد موقع الفيس بوك...

وقد شهدت المنطقة العربية في بدايات القرن الواحد والعشرين تصاعد عدة حركات شبابية في مظاهرات احتجاجية عرفت طريقها على مواقع التواصل الاجتماعي وعبر شبكة الإنترنت وخصوصا على الفيس بوك، وخططوا لهذه الحركات باستخدام التليفون المحمول أيضا، وأفضت هذه الحركات إلى اندلاع احتجاجات شعبية للمطالبة بالإصلاح السياسي والقضاء على الفساد، والتي وصل بعضها إلى مستوى الثورة في بعض دول عربية، وخصوصا في تونس ومصر والتي سال فيها دم الشهداء بالرغم من أن الشباب كانوا ينادون بأنها ثورات سلمية نظيفة...

وهنا، لا يمكن إنكار أن **الفيس بوك أثر في الحياة السياسية في مصر**، خصوصا بعدما

---

(١) رجعنا في هذه الصفحات إلى عديد من المواقع على شبكة الإنترنت.

(٢) شاهدنا مع ابنتنا عندما كانت في المرحلة الابتدائية في مدرسة راهبات بالقاهرة (في النصف الثاني من ثمانينيات القرن الماضي) شبيها لمثل هذا الدفتر باسم "سلام بوك" (Salam Book)، فيه بيانات زميلات لها في الفصل، وكل منهن تدون بنفسها ما يخصها في الدفتر من البيانات المطلوبة، حيث ثارت شكوكنا في المراد من جمع هذه البيانات الشخصية والمحددة سلفا...

(٣) "مارك إليوت زوكربيرغ" (Mark Elliot Zuckerberg). للاستزادة، ارجع إلى كتابنا عن ثورة ٢٥ يناير.

تكونت عليه مجموعة تقدر بأكثر من ٧١ ألف شخص، دعت إلى إضراب تحدد له يوم ٦ أبريل ٢٠٠٨م، مما يفسر **حجب هذا الموقع في ٢٦ يناير ٢٠١١م، أي بعد بداية ثورة الشباب ضد النظام السياسي بيوم واحد** في ٢٥ يناير، فقد سببت اضطرابا للسلطات والحكومة المصرية، وانعكس هذا في قطع الإنترنت من يوم ٢٧ يناير ٢٠١١م(١) لمنع التواصل بين الشباب، واستمر ذلك لمدة أسبوع كامل، **في سابقة تؤكد قلق النظام المصري وتعنته ضد الشباب**، عندما وعى النظام وقتها أن هذه الوسائل الحديثة هي التي جمعت الشباب، فحرمهم من التواصل عبر شبكة الإنترنت، بل ومن الموبايل(٢) أيضا، مع ملاحظة أن كثيرا من هؤلاء الشباب لا يعرفون بعضهم بعضا، حتى بالنسبة للأسماء، ربما، فالاسم الذي يعرف به المشترك قد يكون كُنية للشاب أو للفتاة دون الإفصاح عن الاسم الحقيقي(٣)، حيث يقتصر تواصلهم - إلا فيما ندر - على التلاقي في هذا العالم الافتراضي عبر شبكة الإنترنت، وعبر الموبايل.

وتجدر الإشارة هنا، إلى أن إرهاصات هذه الثورة التي اندلعت في مصر في يناير ٢٠١٢م قد بدأت مع المدونين(٤) في منتصف العقد الماضي، حيث قام أوائل المدونين المصريين بفضح ما يفعله النظام السابق بأبناء مصر على صفحات مدوناتهم مما أدى إلى انتشار أخبار النظام السابق وكان له صداه على المستوى العالمي(٥)ولحسن الحظ أن النظام السابق قد نظر إلى هذه المدونات على أنها أشياء تافهة، لعب عيال يعني(٦) ، وإلا لكانوا تشددوا في قمعهم؛ فقد نظر النظام إلى المدونات على أنها أشياء تافهة (لعب عيال يعني)، وإلا لكانوا تشددوا في قمعهم من البداية. حقيقي أن السلطة حاولت قمعهم بكل الطرق الممكنة، إلا أنها طرق تقليدية وعتيقة نسبيا، خراطيم مياه وقنابل مسيلة للدموع بل وقناصة اصطادوا بعض الشباب الذي أصيب بعضهم بالرصاص ومنهم من استشهد... ولكن كل هذا لم يثن الشباب عن عزمه، فقد انطلق العملاق من القمقم ولا يمكن أن يرجع إليه وأن يدخله طواعية، ومن المستحيل السيطرة على هذا العملاق الذي ظل في محبسه سنوات وها هو وقد انطلق...

وفي السطور التالية من هذا المبحث، نقدم للقارئ نتائج دراسة ميدانية ركزنا فيها على

---

(١) كبّد قطع الإنترنت الاقتصاد المصري خسائر مالية تقدر بتسعة مليارات من الجنيهات المصرية.
(٢) يطلق على الموبايل أسماء عربية مختلفة منها: الهاتف النقال، والمحمول، والجوال، والخلوي...
(٣) انشراح الشال وفاطمة شعبان.-"هل تقدم منتديات الأطفال علاقات اجتماعية افتراضية للعلاقات الحقيقية؟"، ورقة بحثية نوقشت في مؤتمر "الأسرة والإعلام وتحديات العصر" في الفترة من ١٥ – ١٧ فبراير ٢٠٠٩م، بكلية الإعلام جامعة القاهرة، ونشرت في كتاب: انشراح الشال.- البنية السكانية والإعلام: دراسة مورفولوجية وإتيمولوجية (القاهرة: دار النهضة العربية، عام ٢٠١٠م) ص ٢٤١ - ٣٠٤.

(٤) "بلوغرز" (Bloggers)، ومنهم أسماء مشهورة، وبعضهم قضوا فترة خلف الأسوار...

(٥) هناك من يرى أن المدونات من أهم ما يمكن أن يؤرخ به لتلك الفترة الزمنية.

(٦) وهو ما حدث عندما خرج الشباب في مظاهرات يوم ٢٥ يناير ٢٠١١م، حيث ظن المسؤولون أنها مجرد زوبعة في فنجان سرعان ما تختفي؛ فبالرغم من أن موعد بداية الثورة كان معروفا للجميع مسبقا، إلا أن المسؤولين لم يعتقدوا أنهم أمام ثورة سوف تطيح بهم، وتأتي بغيرهم، فالشباب قد فرغ صبرهم، وطفح الكيل كما نقول نحن العرب، يسمعون كلاما ووعودا ولا يرون أفعالا يمكن أن تفتح أمامهم ثغرة أمل لحياة كريمة لهم ولأبنائهم في المستقبل...، لذلك كان رد فعل المسؤولين في البداية مجرد "تهويش" بإطلاق طائرات حربية تطير على مرتفعات منخفضة، وأزعجنا شخصيا ضجيجها، وخشينا أن تكون تلك الطائرات في طريقها لضرب الشباب الذي تجمع في ميدان التحرير...

الفيس بوك والشباب وثورة ٢٥ يناير، بعد أن عشنا معهم استخدام تلك الوسائل "الناعمة" و"النظيفة" والتي استخدمها الشباب أدوات وأسلحة للضغط على المسئولين[١]، محركة بذلك المياه الراكدة منذ عقود...، واندلعت الثورة في مصر، والتي أكد الشباب فيها منذ البداية أنها "سلمية"، إذ لم يستخدموا فيها أي سلاح من الأسلحة التقليدية المعروفة، لا بارود، ولا حتى سلاح أبيض، حتى بعد أن "غضب" الشباب لانقطاع التواصل بينهم بسبب قطع الإنترنت والموبايل وعدم اهتمام المسؤولين بمطالبهم وتجاهلهم لقوتهم خصوصا بعد أن تم حشد آلاف مؤلفة يطالبون بالعدالة الاجتماعية.

فقد التقى هؤلاء "الأصدقاء عن بعد" في "العالم الافتراضي" للإنترنت الذي اتخذوه مكانا للقاء والتجمع الافتراضي، وذلك قبل فترة من تحركهم للتجمع في ميدان التحرير بقلب القاهرة، وشعارهم "خبز... حرية... كرامة... عدالة اجتماعية"، وكلها مطالب إنسانية لشعب عانى كثيرا منذ سنوات وعلى كافة المستويات. وأمام هذا الطوفان من الشباب، هرب من هرب من أعضاء النظام، وانحنى من انحنى احتراما لما يطالب به الشباب، أو تسليما بالأمر الواقع، وانضم للشباب كثير من المواطنين الشرفاء والذين لم يتعرفوا من قبل - ربما - على هذه الوسائل الحديثة للتواصل والتي استخدمت في هذه الثورة...، فرأينا ثورة شعبية "ناعمة" بالدرجة الأولى، كانت حديث العالم [٢]، ضمت الشيوخ إلى جانب الشباب بل والأطفال أيضا، الذكور والإناث، المثقفين وأنصاف المتعلمين والأميين، من الحضر والريف والبادية، أساتذة جامعة ومدرسين وأطباء ومهندسين...، وربات بيوت، بعضهن توجهن إلى ميدان التحرير وأطفالهن الرضع فوق الأذرع أو على الكتف... نعم، كان المتظاهرون مزيجا من كافة طبقات الشعب وأطيافه، بل ورأينا بينهم جنودا من الجيش المصري (بصرف النظر عن مكانتهم أو رتبهم)...، وعلماء دين (استشهد أحدهم)[٣]، بل وبعض ذوي الاحتياجات الخاصة...[٤]

خلاصة القول هنا، هي أن شباب الثورة في مصر[٥]، والين أطلق على الشهداء منهم اسم "الورد اللي فتح في جناين مصر" مثلهم مثل شباب "ثورة الياسمين" التي سبقتها في تونس[٦]، اعتمد على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك وتويتر ويوتيوب وغيرها) بالإضافة إلى تكنولوجيا "الموبايل" الذي انتشر في مصر بين كافة الطبقات الاجتماعية والفئات السنية المختلفة، وذلك في جملة أمور سمحت لهم بالتعبير السياسي ضد الفساد الحكومي؛ فقد صدرت دعوات للتنمية الاجتماعية والسياسية على هذه المواقع، وسرعان ما تم تناقلها بسرعة البرق

(١) في تونس ومصر على الأقل.

(٢) هناك دول متقدمة نشر في الصحف أنها تدرس هذه الثورة.

(٣) عالم جليل معمم ومن خريجي جامعة الأزهر انظر الصور مع بعض أسماء لشهداء ٢٥ يناير في كتابنا عن ثورة ٢٥ يناير، **تحت الطبع**.

(٤) انظر الصور مع بعض أسماء لشهداء ٢٥ يناير في كتابنا عن ثورة ٢٥ يناير، **تحت الطبع**.

(٥) نؤكد هنا على أن البداية كانت مع الشباب، ثم انضمت إليهم بعد ذلك فئات أخرى من الشعب، حيث معظم الثورات في العالم وقودها الشباب والعمال بوجه خاص.

(٦) تضامنا مع الشاب بوعزيزي، وتعرف أيضا بأنها: ثورة الحرية والكرامة، وثورة ١٧ ديسمبر ٢٠٠٩م (أو ثورة ١٤ "جانفي" (كلمة أعجمية أصلها في اللغة الفرنسية كلمة "Janvier" التي هي اسم الشهر الأول الميلادي، يناير، والتي تستخدم في كل من تونس والزائر)... http://ar.wikipedia.org/wiki

عبر الموبايل، والتي ما لبثت أن وجدت لها مردودا في الشوارع من كافة طبقات الشعب[١] في كل من البلدين، بعد أن اكتشف الشباب إمكانيات هذه المواقع الاجتماعية والشائع استخدامها بصفة خاصة في "الدردشة"(Chat) [٢]، فاحتووها، وحولوها، وطوعوها...، حتى أصبحت وسيلة للتواصل السياسي، فقد **أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي بوجه خاص، والإنترنت بصفة عامة وسيلة للتواصل السياسي.**

ومن الجدير بالذكر هنا، أن وسائل التواصل الاجتماعي قد غيرت بشكل أساسي من أنماط السلوك الخاصة بوسائل الاتصال؛ فالتعامل مع هذه الوسائل الحديثة يتطلب درجة عالية من التركيز والانتباه، والفرد فيها يجب أن يكون "فاعلا" و"نشطا" (Active) في عمليات البحث أو الدخول في "دردشة" أو الانضمام والتفاعل مع إحدى "المجموعات" ("الغروبات" Groups)، كما أنها أثرت على مستوى وطبيعة تعامل الأفراد مع وسائل الإعلام التقليدية (التليفزيون، والراديو، والصحف) من حيث حجم التعرض ودوافعه، ودرجة الثقة في تلك الوسائل التقليدية، والتعامل مع المواقع الإلكترونية التي تطلقها تلك الوسائل[٣].

أما عن أسباب "ثورة" الشباب واعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في التخطيط لهذه الثورة، فهناك من يعزو ذلك إلى أسباب منها: المعلومات المغلوطة أو الإعلام الموجه في

---

(١) في كل من تونس ومصر، بترتيب تاريخ اندلاع الثورة في كل منهما.

(٢) عانينا الأمرين شخصيا في محاولة استخدام الفيس بوك والإنترنت بصفة عامة في جمع بيانات عدة بحوث ميدانية مع اختلاف موضوعاتها.

(٣) ظهر ذلك في عدد من الرسائل العلمية التي نوقشت في كلية الإعلام بجامعة القاهرة ومنها الرسائل التالية، مرتبة تنازليا من الأحدث فالأقدم:

- نشوى جمال الدين.- **رسالة ماجستير غير منشورة.** (القاهرة، قسم الإذاعة والتليفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١١م.
- عبير إبراهيم محمد.- عبير إبراهيم محمد، **رسالة ماجستير غير منشورة.** (القاهرة: قسم العلاقات العامة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٩م).
- علياء سامي عبد الفتاح، **رسالة دكتوراه غير منشورة.** (القاهرة: قسم العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام جامعة القاهرة،٢٠٠٧م).
- هند أحمد محمد، **رسالة دكتوراه غير منشورة.** (القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، جامعة القاهرة، ٢٠٠٧).
- عثمان فكري، **رسالة ماجستير غير منشورة.** (القاهرة: قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٦م).
- إيناس محمد مسعد فهمي سرج، **رسالة ماجستير غير منشورة.** (القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، جامعة القاهرة، ٢٠٠٥م).
- صفا فوزي علي، **رسالة ماجستير غير منشورة.** (القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتليفزيون، جامعة القاهرة، ٢٠٠٥م).
- نهى سمير محجوب، **رسالة ماجستير غير منشورة.** (القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتليفزيون، جامعة القاهرة، ٢٠٠٥م).

التليفزيون الحكومي، وأيضا في القنوات الخاصة[1]، والتي تقدم أخبارا تخدم أهداف مالكيها، وتحقق لهم ما ابتغوه من افتتاح هذه القناة في الأساس، ولكن الفرق بين هذه المصادر "التقليدية" للأخبار ومواقع التواصل الاجتماعي الحديثة عبر الإنترنت غير قابل للنقاش.

وفيما يلي من صفحات، نعرض بعض نتائج دراسة لشبكات التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت، مع التركيز على الفيس بوك[2]، حيث ندرس هنا حدود الدور الذي قامت به هذه **الوسيلة "الناعمة"** في التغيير السياسي الذي شهدته مصر في الفترة الأخيرة، وذلك من خلال التعرف على درجة اعتماد الشباب المصري على مواقع التواصل الاجتماعي عبر شبكة الإنترنت في متابعة أحداث الثلاثاء ٢٥ يناير٢٠١١م (٢١ صفر ١٤٣٢هـ) وتطوراتها ونتائجها وما ترتب عليها من أحداث غير متوقعة، والتي منها "حرمان" الشباب من هذه الوسيلة[3]، والعنف الذي شاهده الشارع المصري بعد أيام ثلاثة هادئة لم تكن تشي بما يمكن أن يحدث من النظام الحاكم تجاه المتظاهرين، هذا وقد ظن عناصر النظام أنهم أمام مجرد "زوبعة في فنجان" سرعان ما تختفي؛ فبالرغم من أن موعد بداية الثورة كان معروفا للجميع مسبقا، إلا أن النظام لم يعتقد أنه أمام قوة جارفة لن تعود القهقرى، بل سوف تطيح به وتأتي بغيره، وإلا لكان تشدد النظام أكثر في قمع الشباب؛ حقيقي حاول النظام قمعهم بكل الطرق الممكنة التي درسها ويملكها، ولكن اختلاف الزمان كان يجب أن يؤخذ في الحسبان، إذ إن النظام قد استخدم خراطيم المياه، والقنابل المسيلة للدموع لفض جمعهم، وترويعهم بأزيز طائرات فوق رؤوسهم، ومواجهتهم بأسلحة ثقيلة كي تفزعهم... لكنها كلها طرق عقيمة وعتيقة نسبيا بالنسبة لشاب وقف

---

(١) نفتح هنا هلالين لكتابة هذه الملحوظة التي نسجلها هنا لأهميتها؛ ففي أثناء مراجعة نهائية ما كتبناه منذ فترة قبل إرسال هذه الصفحات للمطبعة، واليوم ١٤ أكتوبر ٢٠١٢م، والساعة الآن بعد العاشرة مساء، فوجئنا ببرنامج عنوانه "الطلاق الصامت" على قناة "CBC" وجملة مكتوبة أعلى الشاشة على اليسار "الحلقة للكبار فقط" وذلك بجوار علامة حمراء وذلك طوال عرض البرنامج، ونغلق الهلالين.

(٢) آخر إحصاء وصلنا عن عدد مستخدمي الفيس بوك في مصر يشير إلى أنهم تسعة ملايين وأكثر من نصف المليون (٩٥٤٤٤٠٠، بنسبة ١١,٩% من إجمالي السكان)، ٦٤% من الذكور و٣٦% من الإناث، وتعد المرحلة العمرية من ١٨ - ٢٤ سنة أكثر المراحل العمرية اشتراكا في الفيس بوك وعددهم ٣٨١٧٧٦٠ مستخدم (٤٠%)، تليها المرحلة العمرية من ٢٥ - ٣٤ سنة بنسبة ٢٨%. وتعد مصر الدولة رقم عشرين على مستوى العالم والأولى من حيث عدد المستخدمين على مستوى الدول العربية، بينما تعد الإمارات الأولى من حيث نسبة المستخدمين إلى عدد السكان (٥٦,٩%، ٢٨٣٢٢٠٠ مستخدم)، لكن ترتيبها رقم ٤٨ على مستوى دول العالم: http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/?interval=last-week#chart-intervals.2-3-2012

وللاستزادة في هذا الموضوع، ارجع لكتابنا عن ثورة ٢٥ يناير، **مرجع سابق**.

وقد كشف تقرير "الإعلام الاجتماعي العربي" أن عدد مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك" في العالم العربي حتى شهر أبريل ٢٠١٢م بلغ ٤٣ مليون مستخدم. وأشار التقرير إلى أن الإمارات تستمر في صدارة الدول العربية من حيث نسبة مستخدمي فيسبوك من عدد السكان، تليها الأردن ولبنان والكويت وتونس. بينما واصلت مصر صدارتها من حيث عدد مستخدمي الموقع بربع العدد الإجمالي للمستخدمين بالمنطقة العربية. وأوضح مدير برنامج "الحوكمة والابتكار" في كلية دبي للإدارة الحكومية وأحد باحثي التقرير، فادي سالم، أن نسبة مستخدمي فيس بوك من سكان العالم العربي ارتفعت من ٤ % منذ عامين إلى حوالي ١٢ % اليوم، ٧٠ % منهم من شريحة الشباب، الأمر الذي يشير إلى تبني قطاعات متنامية من المجتمع العربي لوسائل الإعلام الاجتماعي بهدف إحداث تغيير في مجتمعاتهم.

http://akhbarelyom.org.eg/news30751_10.aspx.7/5/2012.

(٣) واستخدمها بشار الأسد الرئيس السوري "فزاعة" ضد الثوار بالتهديد بوقفها.

بصدره صامدا أمام دبابة وكأنه يقول: "اقتلوني لو استطعتم أيها الجبناء"[١].

في ثورة ٢٥ يناير، تحدد دور الفيس بوك الذي كان قد انتشر بسرعة وأفقيا في مصر وأصبح في أيدي الجميع هو والموبايل، في القرى والمدن (وخاصة في عامي ٢٠٠٩ - ٢٠١٠م)، وبين الشباب بشكل أكبر، وإن كان من بين مستخدميه أطفال أقل من ١٤ سنة، ومن هم في الفئات الأكبر سنا[٢] مما يؤدي - ربما - إلى تفاهم أكثر بين فئة الشباب وفئة كبار السن.

وفي هذه الدراسة التي نعرض نتائجها في هذا الكتاب، سوف يتم الكشف أيضا عن المتغيرات التي يمكن على ضوئها تفسير حجم الاعتماد على هذه المواقع في متابعة الأحداث والمشاركة في فعالياتها، بالإضافة إلى التعرف على مستوى ثقة الشباب المصري في هذه المواقع، وانعكاس هذه الثقة على المشاركة في المظاهرات والاحتجاجات التي مازالت تشهدها مصر حتى الآن (أكتوبر ٢٠١٢م)، وهذا يدعم مقولة دانييل ليرنر، عندما عزا اشتعال الثورات والاضطرابات... في النصف الثاني من القرن العشرين إلى ظهور التليفزيون، الذي خلق تطلعات لدى المشاهد، ونفخت فيها الإنترنت وأزكتها...

فقد كان لوسائل التواصل الاجتماعي في العقد الثاني من القرن الواحد والعشرين هي أيضا دور في اندلاع ثورات الربيع في منطقتنا العربية، وذلك من خلال التعرف على درجة اعتماد الشباب المصري على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث، والتي سرعان ما تحولت إلى ثورة، والي كانت قد بدأت يوم ٢٥ يناير بكل تطوراتها ونتائجها، وما ترتب عليها من أحداث غير متوقعة، والتي منها "حرمان" الشباب من هذه الوسيلة التي تستخدم للتواصل الاجتماعي، والعنف الذي شاهده الشارع المصري بعد أيام ثلاثة هادئة لم تكن تشي بما يمكن أن يحدث من السلطة تجاه المتظاهرين.

ما سبق ذكره، **يجعلنا نقول إن وسائل الإعلام بصفة عامة، وخصوصا وسائل التواصل الاجتماعي، والمعروفة أيضا باسم شبكات التواصل الاجتماعي، والتي هي سمة تميز الاتصال التفاعلي في القرن الواحد والعشرين، يمكن النظر إليها على أنها سلاح "ناعم"، إلا أنه سلاح بتار، وجاهز في أي لحظة لكي نستخدمه الشعوب عند اللزوم.**

خلاصة القول هنا، هي أن **تكنولوجيا الاتصالات الحديثة، وبخاصة مواقع التواصل الاجتماعي عبر شبكة الإنترنت والموبايل، كان لها دور في تمكين بعض من الشباب العربي من الإعداد والتنسيق والتنظيم والخروج في مظاهرات احتجاجية على الوضع في بلادهم، والذي ما لبث أن تحول إلى ثورة شاملة** في تونس ومصر...، والتي كان من نتائجها "هروب"

(١) انظر صورة "الشاب والدبابة" في مجموعة الصور بكتابنا عن ثورة ٢٥ يناير، **مرجع سابق.**
(٢) بدأنا شخصيا مع الإنترنت في نهاية التسعينيات؛ فقد كانت ابنتنا في فرنسا تعد رسالة الدكتوراه، حيث وجدناه وسيلة سهلة وبسيطة وغير مكلفة للتواصل معها وسماع صوتها، بل ومشاهدتها وهي في مدينة ليل في شمال فرنسا ونحن في القاهرة، واستمرت علاقتنا بالإنترنت حتى الآن، خصوصا بعد أن أصبح لدينا حساب على الفيس بوك فتحته ابنتنا آية، ولنا عدد من الأصدقاء على حسابنا، ما بين أصدقاء وأقارب وزملاء وطلبة وخريجين ...، نتواصل معا باستخدام الفيس بوك، يوميا تقريبا، والذي امتلأ ولم يعد يتقبل أي صديق جديد إلا بحذف واحد من الآلاف الخمسة من الحساب. وكان الفيس بوك أيضا وسيلتنا للاتصال مع بعض طلاب الكلية بخصوص رغبتهم في الاشتراك في مظاهرات يوم ٢٥ يناير ٢٠١١م ...

الحاكم من تونس، و"تخلي" حاكم مصر عن سدة الحكم وكرسي الرئاسة...، وتحطم أحلام توريث الحكم في مصر...، وكلها أحداث كان من الصعب، بل من المستحيل، تصورها وتخيلها قبل وقوعها.

وقد تم في الدراسة التي نقدم نتائجها في السطور القادمة الكشف عن المتغيرات التي يمكن على ضوئها تفسير حجم اعتماد العينة التي درسناهاعلى هذه المواقع في متابعة الأحداث والمشاركة في فعالياتها، بالإضافة إلى التعرف على مستوى ثقة الشباب المصري في هذه المواقع، وانعكاس هذه الثقة على المشاركة في المظاهرات والاحتجاجات التي تشهدها مصر حاليا، مما يؤكد مقولة دانييل ليرنر والسابق ذكرها، عندما عزا اشتعال الثورات والاضطرابات والانقلابات في النصف الثاني من القرن العشرين في الدول النامية بوجه خاص إلى ظهور التليفزيون، الذي خلق تطلعات لدى المشاهد في هذه الدول والتي كان من الصعب إشباعها وتحقيقها...

ثانيا ـ منهج الدراسة الميدانية وأدواتها

أجريت الدراسة الميدانية على عينة "غير احتمالية" (Non-Probability Samples)[1] قوامها ٦٢٨ مفردة من طلاب جامعة القاهرة[2]، في الفئة العمرية ١٨ عاما فأكثر، ذكور وإناث، والذين يجمعون في خصائصهم أيضا مستويات اقتصادية واجتماعية مختلفة. وقد تعمدنا تطبيق الدراسة على هذه الفئة لاعتبارات عديدة، منها السهولة النسبية في الوصول إليهم، ووجود تجانس عمري وتعليمي بين الطلاب مما يضمن تثبيت العوامل الديموغرافية، ومن ثم يمكن التحكم في مدى تأثيرها على النتائج، وحيث إن تطبيق الدراسة على هذه الفئة بالذات يضمن الخروج بالنتائج في فترة تسمح لنا بنشر هذه النتائج في وقت مناسب، هذا إلى جانب اعتبارات أخرى، أولها عدم الانتظار فترة - قد تصل شهورا - لأخذ موافقة الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء على تطبيق استمارة البحث على عينة من خارج الحرم الجامعي[3]، بل وقد لا تصل هذه الموافقة، خصوصا والمُناخ في مصر كان غير مستقر عندما بدأنا للتخطيط لهذا البحث، حيث تم جمع بيانات صحيفة البحث في ديسمبر ٢٠١١م.

وقد ساعدنا في إنجاز هذا العمل السهولة النسبية في الوصول إلى مفردات البحث الذين يشكلون العينة من فئة الطلاب الذين نتصور أنهم الأكثر تعاملا مع الفيس بوك

---

(١) تم استخدام "العينة العارضة" (Accidental Sample)، وهي العينة المتاحة، حيث يقوم الباحث بإجراء دراسته على الأشخاص الذين يصادفهم، أو الذين تتاح مقابلتهم. بركات عبد العزيز. **مناهج البحث الإعلامي: الأصول النظرية ومهارات التطبيق** (القاهرة، دار الكتاب الحديث، ٢٠١١م) ص١٥٥.

(٢) نظرا للظروف التي تعيشها مصر حاليا ، من الصعب في الوقت الحالي الحصول على موافقة الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء على استمارة هذا البحث واستخراج عينة احتمالية تمثل الشباب في مصر، في وقت يسمح بإجراء البحث، وذلك بسبب الظروف من ناحية، وحساسية موضوع البحث من ناحية ثالثة، هذا إلى جانب الوقت اللازم لإجراء البحث الميداني، واستخراج النتائج، وكتابة التقرير لتقديمه للجهة المنظمة لهذا اللقاء العلمي في وقت يسمح باشتراكنا فيه.

(٣) فقد اضطرت فاطمة المشاركة لنا في هذا البحث إلى الانتظار حوالي ٦ شهور قبل أن تصلها الموافقة الرسمية (والتي تنشر في الجريدة الرسمية) لتطبيق صحيفة البحث الخاصة برسالتها للدكتوراه.

عن شباب العمال وشباب الريفيين...، وحيث تم جمع بيانات الاستمارة من العينة المدروسة داخل الحرم الجامعي، حيث الخروج بالبحث من أسوار الجامعة قبل أن يكون معنا موافقة الجهاز المركزي على صحيفة البحث يضعنا تحت طائلة القانون(١).

فلإجراء هذا البحث، رأينا الاستعانة بصحيفة استقصاء تم اختبار صلاحيتها، بحيث من خلال إجابات العينة على الأسئلة التي تضمنتها الصحيفة يمكن الحصول على إجابات محددة على التساؤلات التي طرحناها للبحث، وأيضا اختبار الفروض التي تمت صياغتها بالأخذ في الاعتبار المتغيرات الرئيسية التي ركزنا عليها هنا والتي يمكن التعرف عليها عند قراءة نتيجة اختبار الفروض التي توصلنا إليها.

ثالثا ـ نتائج الدراسة

١ ـ خصائص العينة

فيما يلي بعض خصائص العينة المدروسة حيث نركز هنا على بعض متغيرات ديمغرافية فقط دون غيرها.

أ ـ من حيث النوع الاجتماعي

وصل عدد الذكور في العينة المدروسة إلى ٢٥٠ مفردة (بنسبة ٣٩,٨%)، بينما عدد الإناث وصل إلى ٣٧٨ مفردة (بنسبة ٦٠,٢%) ، وقد يرجع الفارق هنا لصالح الإناث، أننا اعتمدنا في هذه الدراسة على طلبة وطالبات الفرقة الأولى والفرقة الرابعة قسم الإذاعة والتليفزيون بكلية الإعلام ، حيث يلاحظ ارتفاع نسبة الإناث في الكلية عن نسبة الذكور (٧٧,٥% مقابل ٢٢,٥% بالترتيب)، ولم نحدد لمن قاموا بجمع البيانات اختيار عدد من الذكور مساو لعدد الإناث.

ب ـ من حيث السن

الفئة السنية	العدد	النسبة%
اقل من ١٨ سنة	٣٣	٥,٢
من ١٨ سنة إلى اقل من ٢١ سنة	٤٥٢	٧٢
اكبر من ٢١ سنة	١٤٣	٢٢,٨
الإجمالي	٦٢٨	١٠٠

ت ـ من حيث المستوى الاجتماعي/الاقتصادي

المستوى الاجتماعي/ الاقتصادي	العدد	النسبة%
مرتفع	٨٣	١٣,٢
متوسط	٤٨٥	٧٧,٢
اقل من متوسط	١٢	١,٩
بدون إجابة	٤٨	٧,٦

(١) قد تصل العقوبة هنا إلى الحبس لمدة ثلاث سنوات...

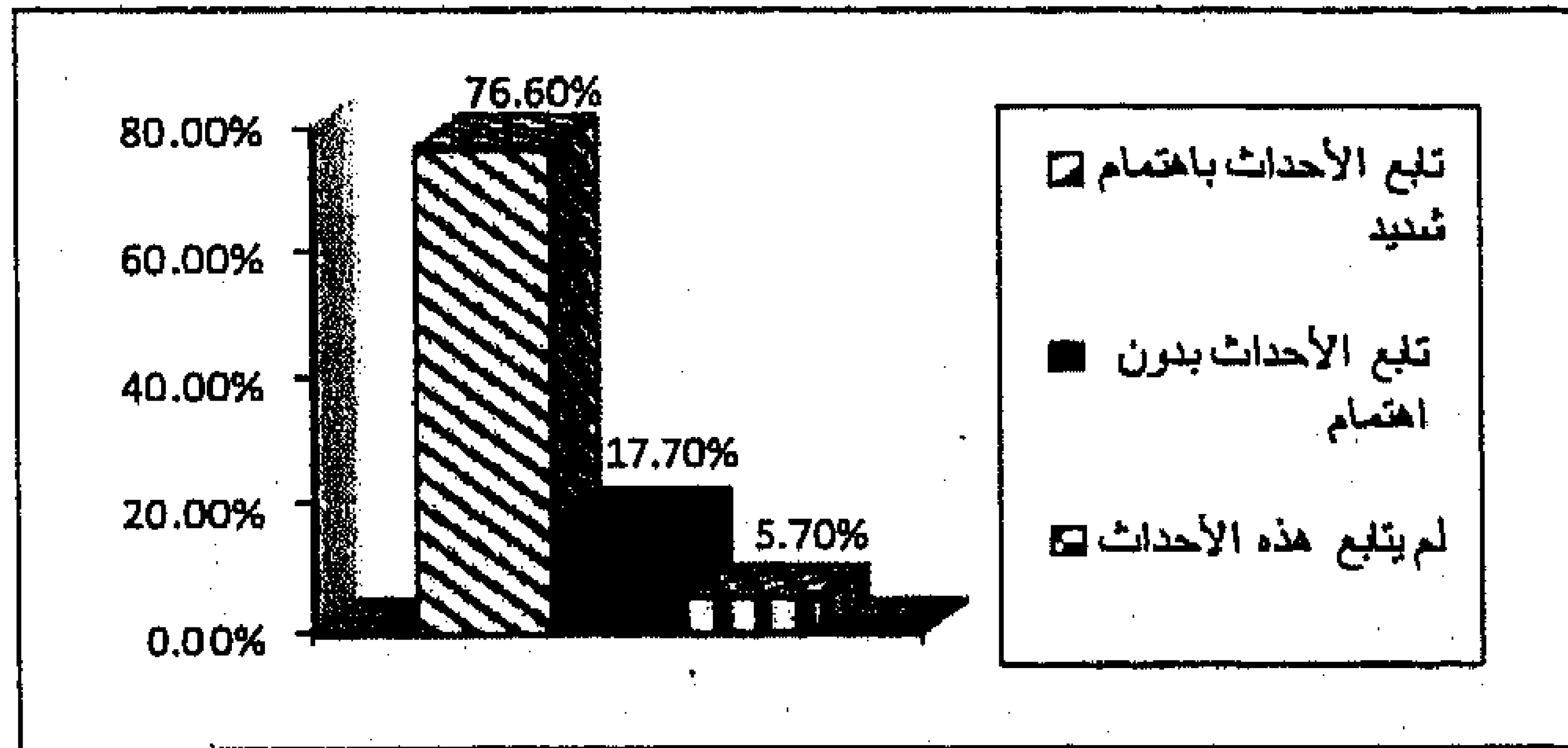
الإجمالي	٦٢٨	١٠٠

٢ ـ علاقة العينة بأحداث ثورة ٢٥ يناير[1] والخروج بنظرية خاصة بالتعرض لوسائل الإعلام

أ ـ من حيث الاهتمام بمتابعة أحداث ثورة ٢٥ يناير

بفارق نسبي كبير (قدره ٥٨,٩%)، توصلت الدراسة الميدانية إلى أن ٧٦,٦% من العينة (٤٨١ من ٦٢٨ مبحوث) تابعوا أحداث الخامس والعشرين من يناير وما بعدها باهتمام شديد، وتابع تلك الأحداث بدون اهتمام ١٧,٧% (١١١ مبحوث)، بينما ٥,٧% (٣٦ مبحوثا فقط) لم يتابعوا هذه الأحداث ، وهو ما توضحه بيانات الشكل التالي.

درجة متابعة عينة الدراسة لأحداث ثورة ٢٥ يناير وما بعدها



والنتيجة التي توصلنا إليها هنا تختلف ونتائج دراسة عادل عبد الغفار[2] التي خلصت إلى أن الغالبية العظمى في عينة الدراسة لديه (٩٣%، ٣٧٣ من إجمالي ٤٠٠ مبحوث) كانت تحرص على المتابعة المنتظمة لأحداث ثورة ٢٥ يناير حتى إقالة رئيس الجمهورية، ونسبة بسيطة للغاية تابعتها بشكل غير منتظم (٧%، ٢٧ من إجمالي ٤٠٠ مبحوث)[3]. بينما تتفق نتائج دراستنا الحالية إلى حد ما مع نتائج دراسة رباب هاشم[4]، والتي توصلت إلى أن أغلب المبحوثين قد حرصوا على المتابعة المنتظمة (٥٣,٧%) وشبه المنتظمة (٤٣,٧%) للأحداث والتطورات السياسية التي شهدتها مصر بعد ثورة يناير.

ويمكن **تفسير الاختلاف بين نتائج الدراسات الثلاثة باختلاف توقيت التطبيق الميداني لكل** منها[5]، حيث يزداد الاهتمام بالأحداث في وقت ذروتها، وبعدها يبدأ تدريجيا تشبع الجمهور من

(١) حتى إجراء البحث في ديسمبر ٢٠١١م
(٢) عادل عبد الغفار، مرجع سابق.
(٣) قد يرجع اختلاف الدراسة الحالية مع دراسة عادل عبد الغفار لاختلاف العينة، حيث قام عادل عبد الغفار بتطبيق دراسته الميدانية على الجمهور العام في الفئة العمرية ١٨ عاماً فأكثر من المتعلمين الذين يعملون بعدد من الوزارات (البيئة، والإعلام، والتعليم العالي) وجامعة القاهرة.
(٤) رباب هاشم، مرجع سابق.
(٥) تم تطبيق الدراسة الحالية في شهر ديسمبر ٢٠١١م، بينما تم تطبيق دراسة رباب هاشم في شهر سبتمبر ٢٠١١م، وتم تطبيق دراسة عادل عبد الغفار في شهر ابريل ٢٠١١م.

كثافة التغطية الإعلامية، ويبدأ خفوت الاهتمام لديه بمتابعة الأحداث وتطوراتها، وهو ما خرجنا به من دراسة ميدانية سابقة عن وسائل الإعلام وأزمة أنفلونزا الخنازير[١].

تأصيلا على هذه النتيجة، نخرج هنا بنظرية مفادها أن "الاهتمام بمتابعة وسائل الإعلام بخصوص حدث ما، حيث يبدأ من نقطة ذروة، بعدها يخفت الاهتمام تدريجيا وقد يتوارى ويتلاشى الاهتمام بالحدث تماما، خصوصا عند ظهور حدث آخر يجذب الاهتمام، وأن هذا قد يكون بسبب وسائل الإعلام بوصفها مصدرا للأخبار وتجري دائما وراء الخبر الأحدث بطبيعة الحال".

ب ـ من حيث كثافة استخدام الفيس بوك

استخدام الفيس بوك	النوع الاجتماعي				الإجمالي	
	ذكور		إناث			
	ك	%	ك	%	ك	%
يستخدمونه كثيرا	٢٠	٨,٥	٢٥	٧,٢	٤٥	٧,٧
يستخدمونه أحيانا	١٦٤	٦٩,٨	٢٠٩	٥٩,٩	٣٧٣	٦٣,٩
لا يستخدمون الفيس بوك	٥١	٢١,٧	١١٥	٣٣	١٦٦	٢٨,٤
الإجمالي	٢٣٥	١٠٠	٣٤٩	١٠٠	٥٨٤	١٠٠

الجدول السابق يوزع عينة الدراسة من حيث النوع الاجتماعي والتعامل مع الفيس بوك، موضوع البحث، في العينة المدروسة، حيث يلاحظ ارتفاع نسبة الإناث ممن لا يستخدمن الإنترنت عن نسبة الذكور، والذي قد يرجع إلى أن الذكور يمكنهم التعرض للفيس بوك في مقاهي الإنترنت (Cyber Café) أكثر من الإناث، كما أن الآباء ـ وخصوصا في مجتمعاتنا الشرقية ـ لايزال بعضهم يرفض إدخال الإنترنت البيت "لسمعته السيئة" ـ ربما ـ وذلك لأن به برامج يرفض الآباء أن تشاهدها البنات في الأسرة، كذلك بالنسبة لمواقع الدردشة... ، وإن كنا نرى أن ما يمكن أن يفسد الإناث يمكن أن يفسد أيضا الذكور، كما أن بعضنا قد لا يعرف حتى الآن أنه يمكن الولوج إلى هذه المواقع عبر الهواتف النقالة التي تسمح بالدخول على الإنترنت بعيدا عن أعين الآباء والأمهات[٢].

استخدام الفيس بوك	النوع الاجتماعي				الإجمالي	
	ذكور		إناث			
	ك	%	ك	%	ك	%
يستخدمونه كثيرا	٢٠	٨,٥	٢٥	٧,٢	٤٥	٧,٧
يستخدمونه أحيانا	١٦٤	٦٩,٨	٢٠٩	٥٩,٩	٣٧٣	٦٣,٩
لا يستخدمون الفيس بوك	٥١	٢١,٧	١١٥	٣٣	١٦٦	٢٨,٤
الإجمالي	٢٣٥	١٠٠	٣٤٩	١٠٠	٥٨٤	١٠٠

(١) انشراح الشال. ـ الخطاب الإعلامي وأزمة أنفلونزا الخنازير، **مرجع سابق.**

(٢) نخاطب الآباء والأمهات هنا ونقول لهم: *كل ممنوع مرغوب أيها الآباء، وحل هذه الإشكالية تكون بالتفاهم مع الأبناء...*

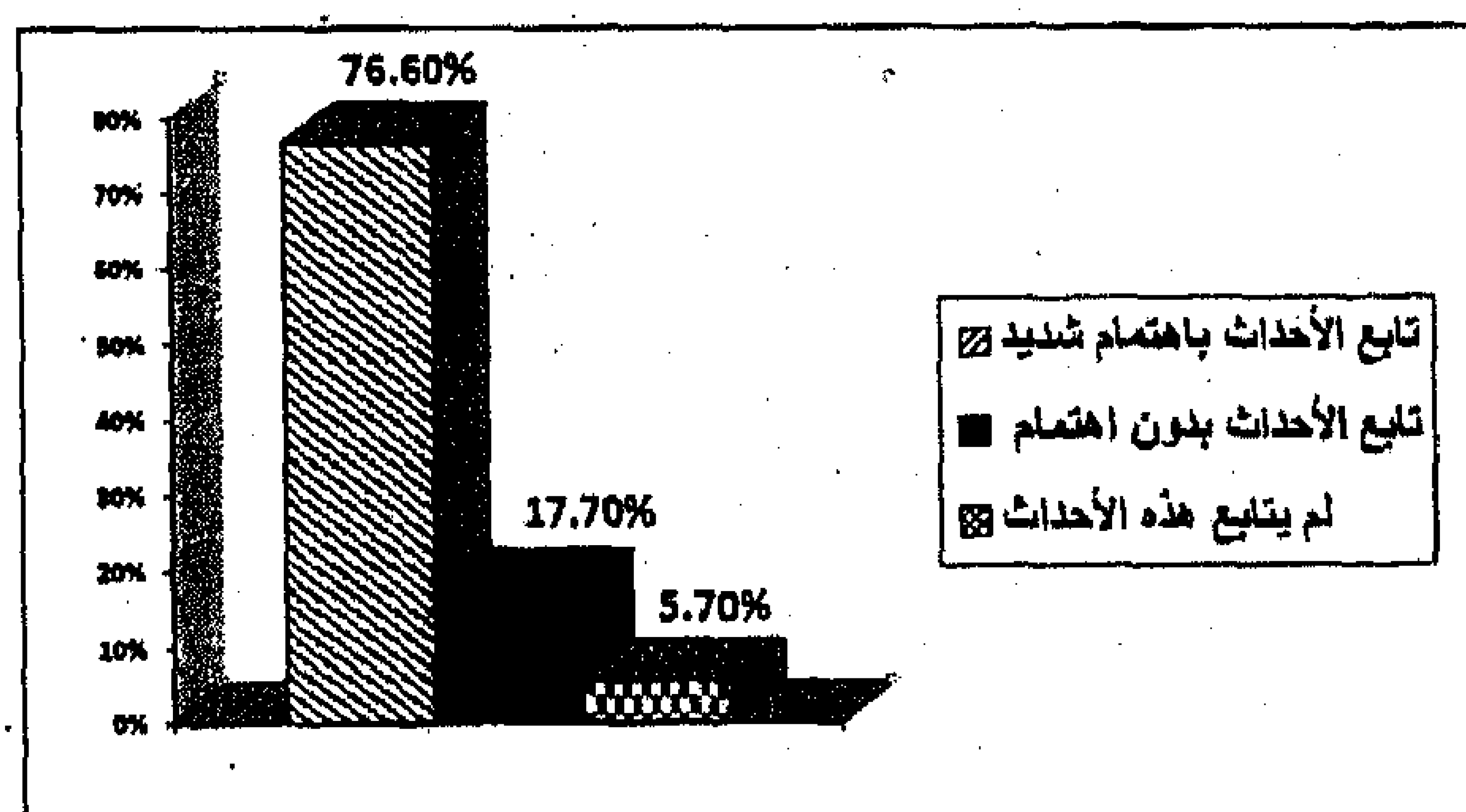
ت ـ من حيث ممارسة نشاط سياسي

النشاط السياسي	النوع				الإجمالي	
	ذكور		إناث			
	ك	%	ك	%	ك	%
ناشط سياسيا	٦١	٢٤,٤	٣٧	٩,٨	٩٨	١٥,٦
ناشط إلى حد ما	١١٤	٤٥,٦	١٥٦	٤١,٣	٢٧٠	٤٣
غير ناشط سياسيا	٧٥	٣٠	١٨٥	٤٨,٩	٢٦٠	٤١,٤
الإجمالي	٢٥٠	١٠٠	٣٧٨	١٠٠	٦٢٨	١٠٠

بيانات الجدول السابق تشير إلى أن أكثر من نصف عدد الشباب في العينة المدروسة يمارسون نشاطا سياسيا (٥٨,٦%) ولكن أكثر هؤلاء ناشطون إلى حد ما، وقلة فقط هي الناشطة سياسيا. وتبوح الأرقام في الجدول عاليه بوجود ثمة علاقة بين النوع وممارسة نشاط سياسي، حيث **الذكور ناشطين سياسيا أكثر من الإناث.**

٣ـ علاقة العينة بأحداث ثورة ٢٥ يناير (حتى إجراء البحث في ديسمبر ٢٠١١م)

درجة متابعة المبحوثين لأحداث ثورة ٢٥ يناير وما بعدها



بفارق نسبي كبير قدره ٥٨,٩%، توصلنا في الدراسة الميدانية إلى أن ٧٦,٦% من العينة (٤٨١ من إجمالي ٦٢٨ مبحوث) تابعوا أحداث الخامس والعشرين من يناير وما بعدها باهتمام شديد، وتابع تلك الأحداث بدون اهتمام ١٧,٧% (١١١ مبحوث)، بينما ٥,٧% (٣٦ مبحوثا فقط) لم يتابعوا هذه الأحداث، وهو ما توضحه بيانات الشكل السابق.

أ ـ العلاقة بين النوع ومتابعة أحداث ٢٥ يناير

لم يفصح هذا البحث عن وجود فروق دالة إحصائيا بين الذكور والإناث في درجة الاهتمام بأحداث ٢٥ يناير وما بعدها، حيث اتضح من نتائج الدراسة الميدانية أن ٧٥,٦% من الذكور (١٨٩ من ٢٥٠ مبحوث ذكر) و٧٧,٢% من الإناث (٢٩٢ من ٣٧٨ أنثى) تابعوا هذه الأحداث باهتمام شديد، بينما ١٦ فقط من الذكور (بنسبة ٩,٤%)، و٢٠ من الإناث (بنسبة ٥,٣%) لم يتابعوا أحداث ٢٥ يناير وما بعدها.

ب ـ العلاقة بين كثافة استخدام الإنترنت والاهتمام بمتابعة أحداث ٢٥ يناير

فيما يتعلق بالفروق بين عينة الدراسة حسب كثافة استخدامهم للإنترنت، اتضح وجود فروق دالة إحصائيا لصالح عينة الدراسة ذوي الاستخدام الكثيف للإنترنت مهي نتيجة منطقية، فقد تبين من تحليل نتائج الدراسة الميدانية أن ٨٣,١% من عينة الدراسة ذوي الاستخدام الكثيف للإنترنت (٦٤ من ٧٧ مبحوثا) تابعوا أحداث ٢٥ يناير باهتمام شديد، مقابل ٦٣,٢% من عينة الدراسة ذوي الاهتمام الضعيف بالإنترنت (٦٠ مبحوثا من ٩٥ مبحوثا).

ت ـ العلاقة بين كثافة استخدام الفيس بوك والاهتمام بمتابعة أحداث ٢٥ يناير

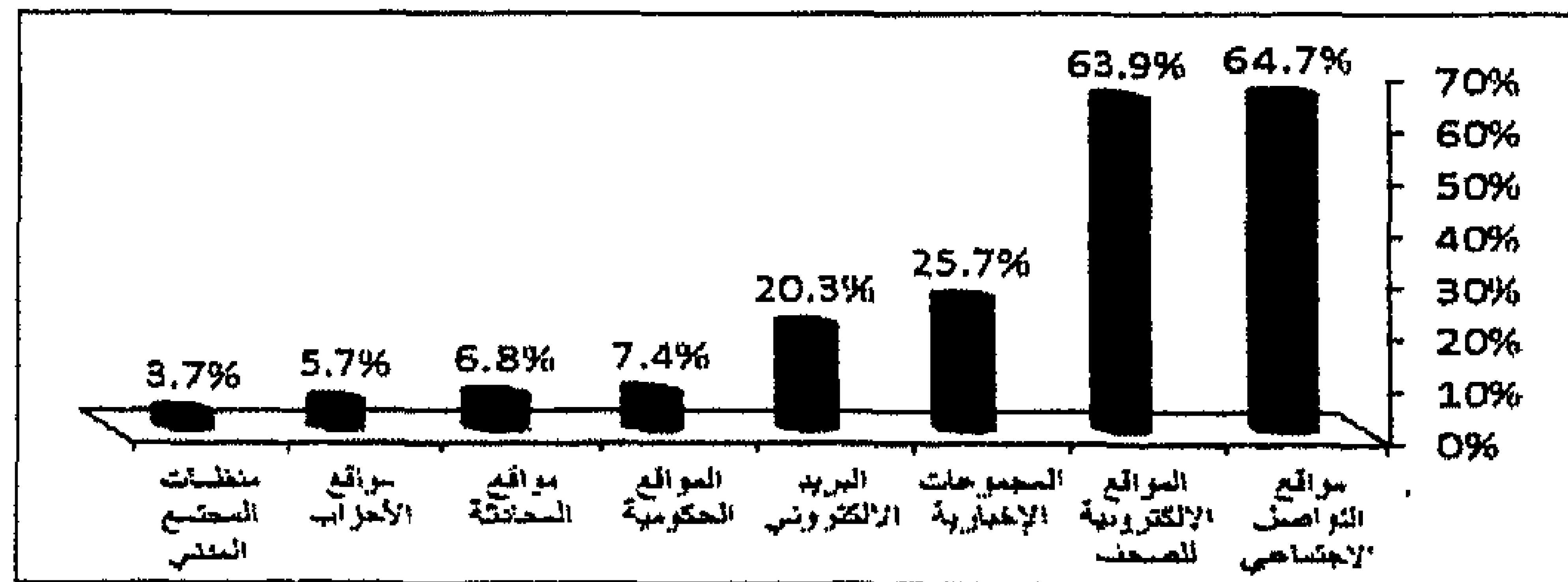
بالنسبة للفروق بين عينة الدراسة حسب كثافة استخدامهم للفيس بوك اتضح عدم وجود فروق دالة إحصائيا، حيث تبين من نتائج الدراسة الميدانية أن الفروق النسبية بين عينة الدراسة حسب شدة استخدامهم للفيس بوك ضعيف؛ فقد أوضحت النتائج ارتفاع اهتمام عينة الدراسة بأحداث ٢٥ يناير إلى ٨٤,٤% من عينة الدراسة ذوي الاستخدام الكثيف (٣٨ من إجمالي ٤٥ مبحوثا)، و٧٨% من عينة الدراسة ذوي الاستخدام المتوسط (٢٩١ من ٣٧٣ مبحوث)، و٧٤,١% من عينة الدراسة ذوي الاستخدام المنخفض (١٢٣ من ١٦٦ مبحوث)، حيث يمكن تفسير ذلك بأن استخدام الفيس بوك للدردشة أهم بالنسبة لهؤلاء.

ث ـ العلاقة بين ممارسة نشاط سياسي والاهتمام بمتابعة أحداث ٢٥ يناير

عند البحث عن مدى ممارسة النشاط السياسي في العينة المدروسة، ظهرت اختلافات شديدة الدلالة الإحصائية (عند مستوى معنوية ٠,٠٠١) لصالح الناشطين سياسيا والناشطين إلى حد ما، حيث أفصحت نتائج الدراسة الميدانية عن أن ٨٩,٩% من عينة الدراسة ناشطين سياسيا (٨٨ من ٩٨ مبحوثا)، و٨١,١% ناشطين إلى حد ما (٢١٩ من ٢٧٠ مبحوث) يهتمون بأحداث ٢٥ يناير، مقابل ٦٦,٩% من عينة الدراسة غير الناشطين سياسيا (١٧٤ من ٢٦٠ مبحوث) يهتمون بهذه الأحداث.

نخلص مما سبق أن **كثافة استخدام الإنترنت والنشاط السياسي قد أثرا بشكل واضح على درجة اهتمام عينة الدراسة بمتابعة أحداث ٢٥ يناير**، بينما متغيرات أخرى وسيطة مثل النوع واستخدام الفيس بوك لم يتضح تأثيرها على درجة اهتمام عينة الدراسة بمتابعة هذه الأحداث.

٥. الخدمات التي من خلالها تتم معرفة العينة بالأحداث في مصر



توصلت الدراسة الميدانية إلى أن ٩٤,٣% من عينة الدراسة (٥٩٢ من ٦٢٨ مبحوث وهو حجم العينة) يهتمون بمتابعة أحداث ٢٥ يناير وما بعدها، ومن أهم الخدمات الإلكترونية على شبكة الإنترنت تأتي مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيس بوك وتويتر وماي سبيس وغيرها، حيث اختار ٦٤,٧% من عينة الدراسة (٣٨٣ مبحوث من ٥٩٢ مبحوث) للتعرف على الأوضاع السائدة في مصر، يليها مباشرة بنسبة ٦,٣٩% المواقع الإلكترونية للصحف، ثم بفارق ملحوظ الاعتماد على المجموعات الإخبارية (٢٥,٧%، ١٥٢ من ٥٩٢ مبحوث)، والبريد الإلكتروني (٢٠,٣%، ١٢٠ من ٥٩٢ مبحوث)، بينما المواقع الحكومية ومواقع المحادثة ومواقع الأحزاب ومنظمات المجتمع المدني جاء الاعتماد عليها ضعيفا جدا (٧,٤%، و٦,٨%، و٥,٧%، و٣,٧% على التوالي)، وتبدو هذه النتائج منطقية في ضوء أهمية مواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الإنترنت – خاصة موقع الفيس بوك- بين الشباب المصري، حيث تم الإعداد والتنظيم لتظاهرات ثورة ٢٥ يناير من خلال هذه المواقع، والرسم السابق يوضح ذلك.

وتتفق هذه النتيجة التي توصلنا إليها هنا ونتيجة دراسة محمد غريب[١]، إذ تأتي مواقع التواصل الاجتماعي على قائمة الخدمات التي يستخدمها المبحوثون على الإنترنت (٤٤,٣%، ١٧٧ من ٤٠٠ مبحوث)، كما تتفق ونتيجة دراسة وليد عبد الفتاح[٢] التي خلصت إلى أن ٤٩% من المبحوثين (١٤٧ من ٣٠٠ مبحوث) يحصلون دائما على المعلومات من المواقع الإلكترونية للصحف، كما أوضحت دراسة عادل عبد الغفار[٣] أن ٦٠% تقريبا من العينة التي قام بدراستها اعتمدوا على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على معلومات بشأن تطورات أحداث الثورة، كما أن ٤٠% من المبحوثين اعتمدوا على مواقع إخبارية على شبكة الإنترنت للغرض نفسه، كذلك توصلت دراسة رباب هاشم[٤] إلى تفوق الإنترنت المصادر الأخرى للمعلومات لمتابعة تطورات المشهد السياسي في مصر عقب ثورة يناير، حيث جاءت الإنترنت في المرتبة الأولى[٥].

أ - العلاقة بين النوع والخدمات التي من خلالها تتم معرفة الأحداث في مصر

اتضح في دراستنا هذه عدم وجود اختلاف واضح بين عينة الدراسة حسب النوع في اختيارهم للخدمات الإخبارية التي يعتمدون عليها، حيث تبين من الدراسة الميدانية أن عينة الدراسة يعتمدون على هذه الخدمات بنسب متفاوتة، إذ احتل استخدام المواقع الإلكترونية قمة الإجابات لقرابة ثلاثة أرباع حجم العينة (٧٢,٤%)، وقد جاءت الإجابات على النحو التالي:

- المواقع الإلكترونية للصحف (٧٢,٤%)،
- مواقع التواصل الاجتماعي (٦٩,٥%)، و

(١) محمد غريب، **مرجع سابق.**
(٢) وليد عبد الفتاح النجار، **مرجع سابق.**
(٣) عادل عبد الغفار، **مرجع سابق.**
(٤) رباب هاشم، **مرجع سابق.**
(٥) فسرت رباب هاشم هذه النتيجة في ضوء سيطرة الفئة العمرية الشابة على عينة المبحوثين الخاصة بدراستها الميدانية، حيث بلغت الفئة العمرية من ٢٠- ٤٥ عاما (٧٤%) من إجمالي المبحوثين.

- المجموعات الإخبارية (٢٧,١%)،
- البريد الالكتروني (٢١,١%)،
- مواقع المحادثة والأحزاب (٧,١% لكل منهما)،
- المواقع الحكومية (٦,٦%)،
- منظمات المجتمع المدني (٤%).

أما بالنسبة للإناث في العينة المدروسة، فقد جاءت مواقع التواصل الاجتماعي أولا (٦١,٥%)، حيث جاءت الإجابات على النحو التالي:

- مواقع التواصل الاجتماعي (٦١,٥%)،
- المواقع الإلكترونية للصحف (٥٤,٩%)،
- المجموعات الإخبارية (٢٥,٢%)،
- البريد الالكتروني (٢٠,٤%)،
- مواقع المحادثة والاحزاب (٧,١% لكل منهما)،
- المواقع الحكومية (٦,٦)،
- منظمات المجتمع المدني (٤%).

وتختلف هذه النتائج مع نتائج دراسة وسام نصر[1]، حيث تبين أن ٦٨% من المبحوثات لديها يتعرضن للمواقع الإخبارية والمحلية (٢٧٠ من إجمالي ٢٩٧ مبحوثة)، بينما ٦٠,٧% من المبحوثات يتعرضن لمواقع التواصل الاجتماعي (٢٤١ من إجمالي ٢٩٧ مبحوثة)[2].

ب - العلاقة بين كثافة استخدام الإنترنت والخدمات التي من خلالها تتم معرفة الأحداث في مصر

بالنسبة للمبحوثين حسب كثافة استخدام الإنترنت، اتضح أن الخدمات الإخبارية جاءت في قائمة اختيارات ذوي الاستخدام الكثيف للإنترنت جاءت على النحو التالي:

عندما أخذنا في الاعتبار كثافة استخدام الإنترنت، اتضح أن الخدمات الإخبارية جاءت في قائمة اختيارات ذوي الاستخدام الكثيف للإنترنت حيث خرجنا بالنتيجة التالية:

- مواقع التواصل الاجتماعي (٨٨,٦%)،
- المواقع الإلكترونية للصحف (٨٥,٧%)،
- المجموعات الإخبارية (٤٠%).

(١) وسام نصر، **مرجع سابق**

(٢) قد يرجع اختلاف الدراسة الحالية مع دراسة وسام نصر إلى اختلاف العينة حيث تم تطبيق الدراسة الحالية على الشباب الجامعي (طلبة جامعة القاهرة) في المرحلة العمرية من ١٨ سنة إلى ٢١ سنة، بينما قامت وسام نصر بتطبيق دراستها على امرأة مصرية في المرحلة العمرية من ١٨ سنة فأكثر في إطار محافظات القاهرة والجيزة وحلوان و٦ أكتوبر.

وقد جاءت الخدمات السابق ذكرها بالترتيب نفسه بالنسبة لمتوسطي الاستخدام، ولكن بنسب اقل (٦٨,٨%، و٦٢,٢%، و٢٤,٦% على التوالي)، بينما استخدام الإنترنت في فئة منخفضي الاستخدام، فقد اختلفت اختياراتهم، حيث اتضح أن اعتمادهم على المواقع الإلكترونية للصحف جاء أعلى قائمة اختياراتهم (٦٥,٤%)، ثم مواقع التواصل الاجتماعي (٣٤,٦%)، تليها المجموعات الإخبارية (٢٣,٥%).

ت - العلاقة بين كثافة استخدام الفيس بوك والخدمات التي من خلالها تتم معرفة الأحداث في مصر

لا يختلف الأمر كثيرا في هذا البحث بالنسبة للفروق بين عينة الدراسة حسب كثافة استخدامهم للفيس بوك، حيث تبين أن عينة الدراسة جاء اختيارهم للخدمات الإخبارية مثلما هو الحال سابقا، حيث تبين أن عينة الدراسة كثيفي ومتوسطي استخدام الفيس بوك اختاروا الخدمات الإخبارية على النحو التالي:

- مواقع التواصل الاجتماعي (٩٥,٣%، و٧٥,٥% على الترتيب)،
- المواقع الإلكترونية للصحف (٨١,٤%، و٦٢,١%)،
- المجموعات الإخبارية (٦٠,٥%، ٢٤,٨%).

أما بالنسبة لمنخفضي استخدام الفيس بوك فجاء في مقدمة اختياراتهم كل من:

- المواقع الإلكترونية للصحف (٦٣,٣%)،
- مواقع التواصل الاجتماعي (٤٩,٧%)،
- المجموعات الإخبارية (١٩,٧%).

هذا وقد انطبق الترتيب السابق نفسه على عينة الدراسة عند أخذ درجة النشاط السياسي في الحسبان.

نخلص مما سبق أنه بالنسبة للمبحوثين حسب كثافة استخدام الإنترنت، اتضح أن الخدمات الإخبارية جاءت في قائمة اختيارات ذوي الاستخدام الكثيف للإنترنت.

ولا يختلف الأمر كثيرا في هذا البحث بالنسبة للفروق بين المبحوثين حسب كثافة استخدامهم للفيس بوك، حيث تبين أن المبحوثين جاء اختيارهم للخدمات الإخبارية مثلما هو الحال سابقا، حيث تبين أن المبحوثين كثيفي ومتوسطي استخدام الفيس بوك اختاروا الخدمات الإخبارية على النحو التالي:

- مواقع التواصل الاجتماعي (٩٥,٣%، و٧٥,٥% على الترتيب)،
- المواقع الإلكترونية للصحف (٨١,٤%، و٦٢,١%)،
- المجموعات الإخبارية (٦٠,٥%، ٢٤,٨%)،

أما بالنسبة للمبحوثين منخفضي استخدام الفيس بوك جاء في مقدمة اختياراتهم كل من:

- المواقع الإلكترونية للصحف (٦٣,٣%)،

- مواقع التواصل الاجتماعي (٤٩,٧%)،
- المجموعات الإخبارية (١٩,٧%).

الترتيب السابق نفسه ينسحب على المبحوثين حسب درجة نشاطهم سياسيا.

ث - العلاقة بين ممارسة نشاط سياسي والخدمات التي من خلالها تتم معرفة الأحداث في مصر

لم يختلف الأمر كثيرا حسب درجة نشاط العينة سياسيا، حيث اختار المبحوثون الناشطون سياسيا والناشطون إلى حد ما الخدمات الإخبارية على النحو التالي:

- مواقع التواصل الاجتماعي (٧١%، و٧٤,٨% على الترتيب).
- المواقع الإلكترونية للصحف (٦٣,٤%، و٦٦,١% على الترتيب).
- المجموعات الإخبارية ٢٣,٧%، و٣٠,٣% على الترتيب).

أما بالنسبة للمبحوثين غير الناشطين سياسيا، فقد جاءت في مقدمة اختياراتهم كل من:

- المواقع الإلكترونية للصحف (٦٥,٧%)،
- مواقع التواصل الاجتماعي (٥٥,٢%)،
- المجموعات الإخبارية (٢٣%).

٦. الاحتياجات التي وفرتها الخدمات الإلكترونية لمستخدميها في العينة المدروسة

خلصت الدراسة الميدانية إلى أن ٩٥,٦% من عينة الدراسة (٥٦٦ مبحوثا من إجمالي ٥٩٢ مبحوثا) يرون أن هذه الخدمات قد وفرت احتياجاتهم، بينما ٢٦ مبحوثا (بنسبة ٤,٤%) فقط يرون أن هذه الخدمات الإلكترونية لم تلبي احتياجاتهم بخصوص متابعة الأخبار المتعلقة بأحداث ٢٥ يناير وما بعدها.

أ - العلاقة بين النوع والاحتياجات التي وفرتها الخدمات الإلكترونية لمستخدميها

بالنسبة لمتغيرات الدراسة، تبين عدم وجود فروق دالة إحصائيا بين الذكور والإناث فيما يتعلق برأيهم في مدى توفير هذه المواقع لحاجتهم إلى المعلومات حول الأحداث الجارية في مصر، حيث تبين أن ٩٤,٤% من عينة الدراسة (٢٢١ من إجمالي ٢٣٤ مبحوث)، و٩٦,٤% من المبحوثات (٣٤٥ من إجمالي ٣٥٨ مبحوثة) يرون أن هذه المواقع لبت احتياجاتهم من المعلومات.

ب - العلاقة بين كثافة استخدام الانترنت والاحتياجات التي وفرتها الخدمات الإلكترونية لمستخدميها

أما بالنسبة للمبحوثين حسب كثافة استخدام الإنترنت فقد لوحظ وجود فروق دالة إحصائيا عند مستوى معنوية ٠,٥ لصالح عينة الدراسة كثيفي استخدام الإنترنت، حيث أوضحت نتائج الدراسة الميدانية أن كل عينة الدراسة كثيفي استخدام الإنترنت (إجمالي عينة الدراسة ٧١

مبحوثا)، و٩٥,٧% من عينة الدراسة متوسطي استخدام الإنترنت (٤١٨ مبحوثا من إجمالي ٤٣٧ مبحوثا)، و٩١,٧% من عينة الدراسة ضعيفي استخدام الإنترنت (٧٧ مبحوثا من إجمالي ٨٤ مبحوثا)، يرون أن هذه الخدمات قد لبت احتياجاتهم في الحصول على معلومات بخصوص الأحداث الجارية في مصر.

ت - العلاقة بين كثافة استخدام الفيس بوك والاحتياجات التي وفرتها الخدمات الإلكترونية لمستخدميها

كذلك الحال بالنسبة لمستخدمي الفيس بوك، حيث تبين عدم وجود فروق دالة إحصائيا بين عينة الدراسة بخصوص مدى تلبية الخدمات الالكترونية لحاجاتهم ، وإن ظهر من نتائج الدراسة الميدانية أن متوسطي الاستخدام كانوا الأكثر ولكن بفارق طفيف (٩٦,٦% بالنسبة لمتوسطي استخدام الفيس بوك و٩٥,٥% بالنسبة لضعيفي استخدام الفيس بوك، و٩٠,٧% بالنسبة لكثيفي استخدام الفيس بوك.

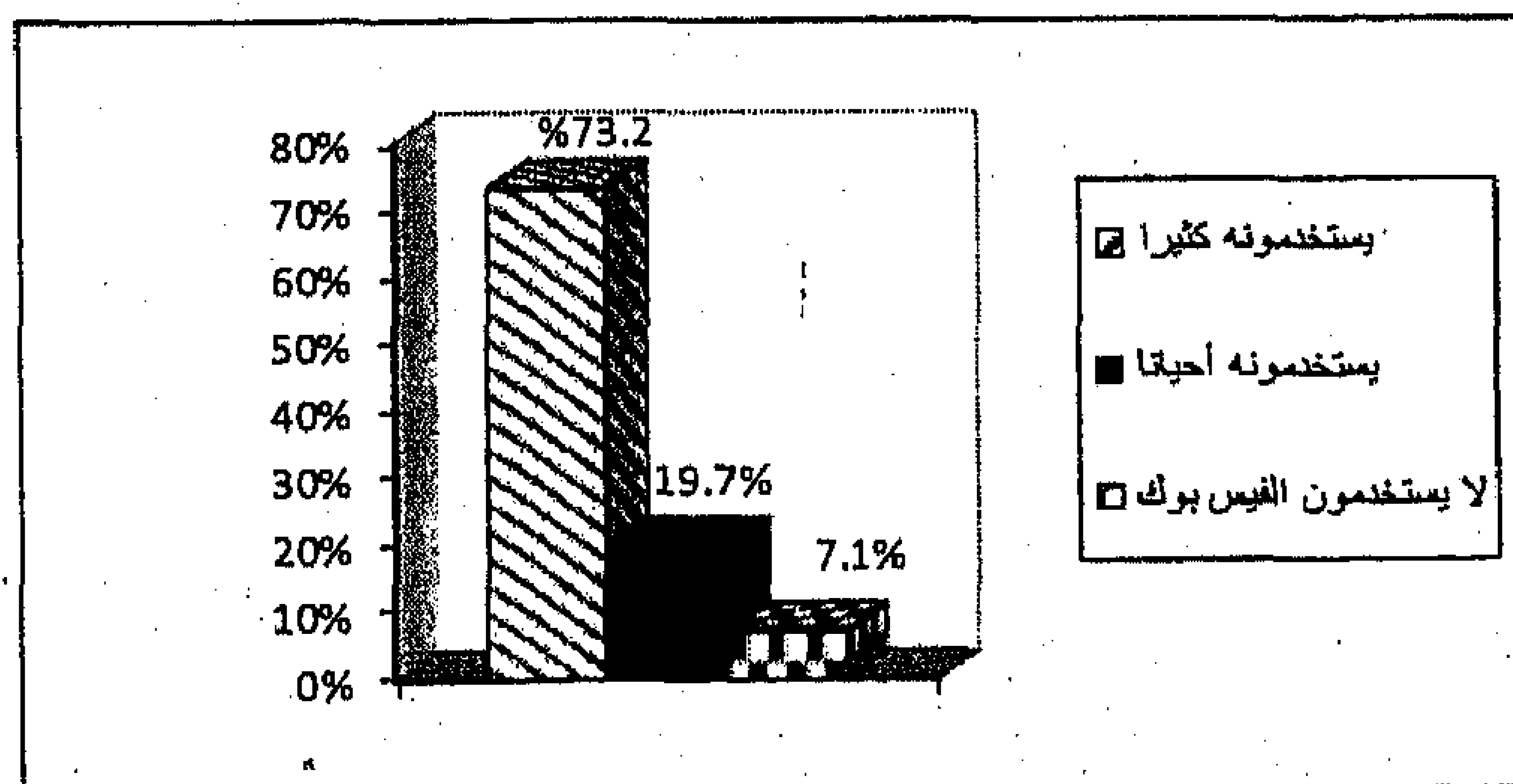
ث - العلاقة بين ممارسة نشاط سياسي والاحتياجات التي وفرتها الخدمات الإلكترونية لمستخدميها

والحال نفسه بالنسبة للمبحوثين حسب درجة نشاطهم السياسي، حيث تبين عدم وجود فروق دالة إحصائيا بين عينة الدراسة، فقد خلصت الدراسة الميدانية إلى أن ٩٦,٦% بالنسبة للناشطين سياسيا إلى حد ما، و٩٤,٩% بالنسبة لغير الناشطين سياسيا، و٩٤,٧% للناشطين سياسيا.

٧. درجة استخدام عينة الدراسة للفيس بوك أثناء أحداث ٢٥ يناير

تبين من تحليل نتائج الدراسة الميدانية أن ٩٣% من عينة الدراسة يستخدمون الفيس بوك (٥٨٤ من ٦٢٨ مبحوث)، حيث اتضح أن ٧٣,٢% يستخدمون الفيس بوك كثيرا (٤٦٠ من ٦٢٨ مبحوث)، و١٩,٧% يستخدمونه أحيانا (١٢٤ من ٦٢٨ مبحوث)، بينما ٤٤ مبحوثا فقط (بنسبة ٧,١%) لا يستخدمون الفيس بوك، والشكل التلي يوضح ذلك:

استخدام عينة الدراسة للفيس بوك أثناء أحداث ٢٥ يناير



أ - العلاقة بين النوع ودرجة استخدام الفيس بوك أثناء أحداث ٢٥ يناير

أوضحت نتائج الدراسة الميدانية عدم وجود فروق دالة إحصائيا بين عينة الدراسة والمبحوثات في درجة استخدامهم للفيس بوك، حيث أظهرت النتائج أن ٧٥,٢% من عينة الدراسة (١٨٨ من ٢٥٠ مبحوث)، و٧٢% من المبحوثات (٢٧٢ من ٣٧٨ مبحوثة) يستخدمون الفيس بوك كثيرا، بينما ١٨,٨% من عينة الدراسة (٤٧ مبحوثا) و٢٠,٤% من المبحوثات (٧٧ مبحوثة) يستخدمونه أحيانا.

ب - العلاقة بين كثافة استخدام العينة للإنترنت ودرجة استخدام الفيس بوك أثناء أحداث ٢٥ يناير

تبين من الدراسة الميدانية وجود فروق شديدة الدلالة الإحصائية بين عينة الدراسة حسب درجة استخدامهم للإنترنت حيث تبين أن عينة الدراسة شديدي ومتوسطي استخدام الإنترنت هم الأكثر استخداما للفيس بوك، حيث اتضح أن ٨٧% من عينة الدراسة شديدي استخدام الإنترنت (٦٧ من ٧٧ مبحوثا)، و٧٨,١% من عينة الدراسة متوسطي استخدام الإنترنت (٣٥٦ من ٤٥٦ مبحوث) يستخدمون الفيس بوك كثيرا، بينما ٣٨,٩% من عينة الدراسة ضعيفي استخدام الإنترنت (٣٧ من ٩٥ مبحوثا) يستخدمونه كثيرا. كما أظهرت نتائج الدراسة الميدانية أن أربعة مبحوثين فقط من شديدي استخدام الإنترنت، و١٩ مبحوثا من متوسطي استخدام الإنترنت لا يستخدمون الفيس بوك، بينما ٢١ مبحوثا من ضعيفي استخدام الإنترنت لا يستخدمون الفيس بوك (بنسبة ٢٢,١%).

ت - العلاقة بين كثافة القيام بنشاط سياسي ودرجة استخدام الفيس بوك أثناء أحداث ٢٥ يناير .

تبين من الدراسة الميدانية وجود فروق شديدة الدلالة الإحصائية بين عينة الدراسة حسب درجة نشاطهم السياسي حيث تبين أن ٨٤,٧% من عينة الدراسة الناشطين سياسيا (٨٣ من ٩٨ مبحوثا)، و٧٨,٩% من عينة الدراسة الناشطين إلى حد ما (٢١٣ من ٢٧٠ مبحوث) يستخدمون الفيس بوك كثيرا، بينما ٦٣,١% من عينة الدراسة غير الناشطين سياسيا (١٦٤ من ٢٦٠ مبحوث) يستخدمونه كثيرا. كما أظهرت نتائج الدراسة الميدانية أن أربعة مبحوثين فقط من عينة الدراسة الناشطين سياسيا، و١٢ مبحوثا من عينة الدراسة الناشطين سياسيا إلى حد ما لا يستخدمون الفيس بوك، بينما ٢٨ مبحوثا من عينة الدراسة غير الناشطين سياسي لا يستخدمون الفيس بوك (بنسبة ١٠,٨%).

٨. درجة متابعة العينة للدعوة لثورة ٢٥ يناير عبر الفيس بوك

خلصت بنتائج الدراسة الميدانية إلى أن ٩٣% من عينة الدراسة يستخدمون الفيس بوك (٥٨٤ من ٦٢٨ مبحوث)، تبين أن ٧٢,٨% من عينة الدراسة الذين استخدموا الفيس بوك أثناء ثورة ٢٥ يناير (٤٢٥ من ٥٨٤ مبحوث) تابعوا الدعوات لمظاهرات ٢٥ يناير، بينما ٢٥,٣% من عينة الدراسة (١٥٩ من ٥٨٤ مبحوث) لم يتابعوا هذه الدعوات.

أ - العلاقة بين النوع ودرجة متابعة الدعوة لثورة ٢٥ يناير عبر الفيس بوك

خلصت نتائج الدراسة الميدانية إلى عدم وجود فروق دالة إحصائيا بين عينة الدراسة حسب النوع في متابعة للدعوة لمظاهرات ٢٥ يناير عبر الفيس بوك، حيث تبين أن ٧٦,٦% من عينة الدراسة (١٨٢ من ٢٣٥ مبحوث)، و٧٠,٢% من المبحوثات (٢٤٥ من ٣٤٩ مبحوثة) تابعوا الدعوة لمظاهرات ٢٥ يناير عبر الفيس بوك.

ب - العلاقة بين كثافة استخدام العينة للإنترنت ودرجة متابعة الدعوة لثورة ٢٥ يناير عبر الفيس بوك

خرجت نتائج الدراسة الميدانية إلى وجود فروق دالة إحصائيا بين عينة الدراسة حسب كثافة استخدام الإنترنت في متابعتهم للدعوة لمظاهرات ٢٥ يناير لصالح عينة الدراسة ذوي الاستخدام الكثيف (٧٦,٧%، ٥٦ من ٧٣ مبحوثا) والمتوسط (٧٤,٤%، ٣٢٥ من ٤٣٧ مبحوث) هم الأكثر متابعة للدعوة للمظاهرات، بينما عينة الدراسة ذوي الاستخدام الضعيف للإنترنت هم الأقل متابعة للدعوة لمظاهرات ٢٥ يناير (٥٩,٥%، ٤٤ من ٧٤ مبحوثا).

ت - العلاقة بين كثافة استخدام الفيس بوك ودرجة متابعة الدعوة لثورة ٢٥ يناير عبر الفيس بوك

خرجت نتائج الدراسة الميدانية إلى وجود فروق شديدة الدلالة الإحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠٠١ بين عينة الدراسة حسب كثافة استخدام الفيس بوك في متابعتهم للدعوة لمظاهرات ٢٥ يناير لصالح عينة الدراسة ذوي الاستخدام الكثيف (٨٨,٩%، ٤٠ من ٤٥ مبحوثا) والمتوسط (٧٤,٨%، ٢٧٩ من ٣٧٣ مبحوث) هم الأكثر متابعة للدعوة للمظاهرات، بينما عينة الدراسة ذوي الاستخدام الضعيف للفيس بوك هم الأقل متابعة للدعوة لمظاهرات ٢٥ يناير (٦٣,٩%، ١٠٦ مبحوثين من ١٦٦ مبحوث).

ث - العلاقة بين كثافة قيام العينة بنشاط سياسي ودرجة متابعة الدعوة لثورة ٢٥ يناير عبر الفيس بوك

خرجت نتائج الدراسة الميدانية إلى وجود فروق شديدة الدلالة الإحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠٠١ بين عينة الدراسة حسب نشاطهم السياسي في متابعتهم للدعوة لمظاهرات ٢٥ يناير لصالح عينة الدراسة الناشطين سياسيا (٩٠,٤%، من إجمالي ٩٤ مبحوثا)، بينما ٧٧,١% من عينة الدراسة الناشطين سياسيا إلى حد ما، و٦٠,٨% من عينة الدراسة غير الناشطين سياسيا تابعوا الدعوة لمظاهرات ٢٥ يناير.

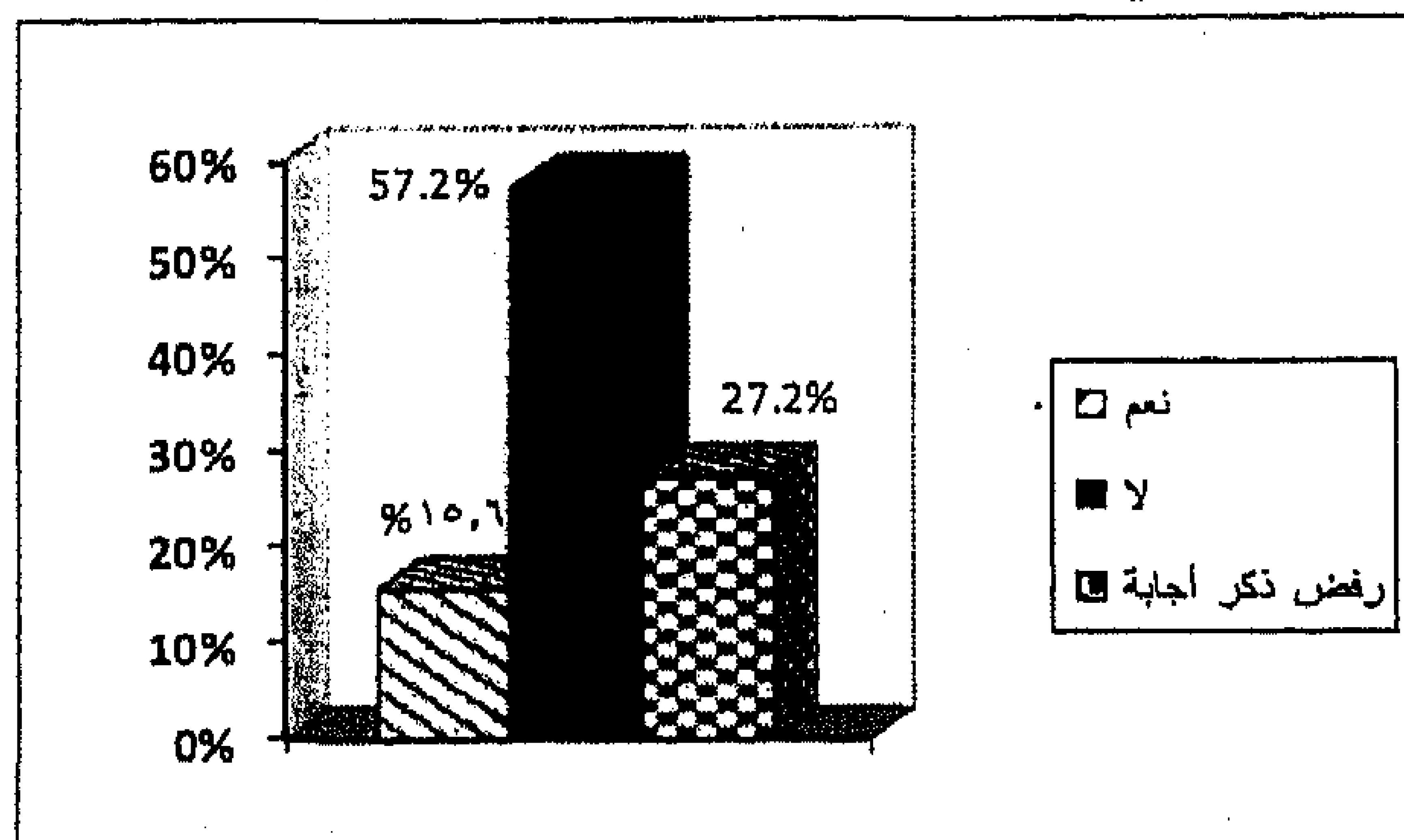
٩. المشاركة في غروبات[1] على الفيس بوك لمتابعة أحداث ثورة ٢٥ يناير وما بعدها

---

(١) نستخدم هنا هذه الكلمة الأجنبية (Groupe) مفردة "غروب" وجمعها أيضا في "غروبات"، والتي تذكرنا بأشقائنا أبناء شمال أفريقيا والذين يعيشون في فرنسا حيث دخلت مفردات من اللغة الفرنسية في قاموسهم اللغوي (مثل كلمة Vacance ، ويقولون "حانفاكانسي" بمعنى أنهم سيأخذون إجازة ("يأجزوا" كما يقول الشباب) التي تطلق على كلمة "مجموعة" وذلك في شبكة الإنترنت (فالكمبيوتر "يتحدث"

باحث الدراسة الميدانية بأن أكثر من نصف العينة (٣٣٤ من ٥٨٤ مبحوث بنسبة ٥٧,٢%)غير مشتركين في أي غروب، وأن نسبة منخفضة جدا من عينة الدراسة اشتركوا في غروبات لمتابعة أحداث ثورة ٢٥ يناير وما بعدها بنسبة ١٥,٦% (٩١ من ٥٨٤ مبحوث)، ورفض ٢٧,٢% من عينة الدراسة (١٥٧ من ٥٨٤ مبحوث) ذكر إجابة تخص الغروبات المشتركين فيها.

الاشتراك في غروبات لمتابعة أحداث ثورة ٢٥ يناير وما بعدها



وقد خلصت الدراسة الميدانية بأن اشتراك عينة الدراسة في ٨٨ غروبا وصفحة على الفيس بوك لمتابعة أحداث ٢٥ يناير وما بعدها، ومن أكثر الغروبات التي اشترك فيها عينة الدراسة: كلنا خالد سعيد (١٤ مبحوثا)، وحركة شباب ستة ابريل (ثمانية مبحوثين)، وغروب شباب ٢٥ يناير (سبعة مبحوثين)، وثورة الغضب المصرية الثانية (ستة مبحوثين)، وشبكة رصد الإخبارية (خمسة مبحوثين)، وضد الشرطة (ثلاثة مبحوثين).

أ - العلاقة بين النوع والمشاركة في غروبات على الفيس بوك لمتابعة أحداث ثورة ٢٥ يناير وما بعدها

تبين من نتائج الدراسة الميدانية عدم فروق دالة إحصائيا بين عينة الدراسة حسب النوع في انضمامهم لغروبات لمتابعة أخبار ثورة ٢٥ يناير وما بعدها، حيث تبين أن ١٧,٤% من عينة الدراسة (٤١ من ٢٣٥ مبحوث)، و١٤,٣% من المبحوثات (٥٠ من ٣٤٩ مبحوثة) مشتركون في غروبات على الفيس بوك، بينما ٥٩,١% من عينة الدراسة (١٣٩ مبحوث)، و٥٥,٩% من المبحوثات (١٩٥ مبحوثة).

ب - العلاقة بين كثافة استخدام الإنترنت والمشاركة في غروبات على الفيس بوك لمتابعة أحداث ثورة ٢٥ يناير وما بعدها

بالإنجليزية وذلك إلى أن يتم تعريبه)، حيث نفضل هنا كتابة حرف G غير المعطش باللغة العربية بالحرف غ ، والذي يكتبه آخرون ك ، بل ويكتب أيضا ق (قوقل Google)، حتى لا يتم نطقه معطشا كما حدث في مؤتمر علمي بالنسبة لكلمة إنجلترا والتي نطقها أحد الباحثين معطشة...

تبين من نتائج الدراسة الميدانية وجود اختلافات شديدة الدلالة الإحصائية بين عينة الدراسة حسب كثافة استخدامهم للإنترنت في اشتراكهم في غروبات على الفيس بوك لصالح عينة الدراسة كثيفي استخدام الإنترنت (٣٠,١%، ٢٢ من ٧٣ مبحوثا)، بينما ١٤,٩% من عينة الدراسة متوسطي استخدام الإنترنت (٦٥ من ٤٣٧ مبحوث)، وأربعة مبحوثين فقط ضعيفي استخدام الإنترنت (٥,٤% من إجمالي ٧٤ مبحوثا).

ت ـ العلاقة بين كثافة استخدام الإنترنت والمشاركة في غروبات على الفيس بوك لمتابعة أحداث ثورة ٢٥ يناير وما بعدها

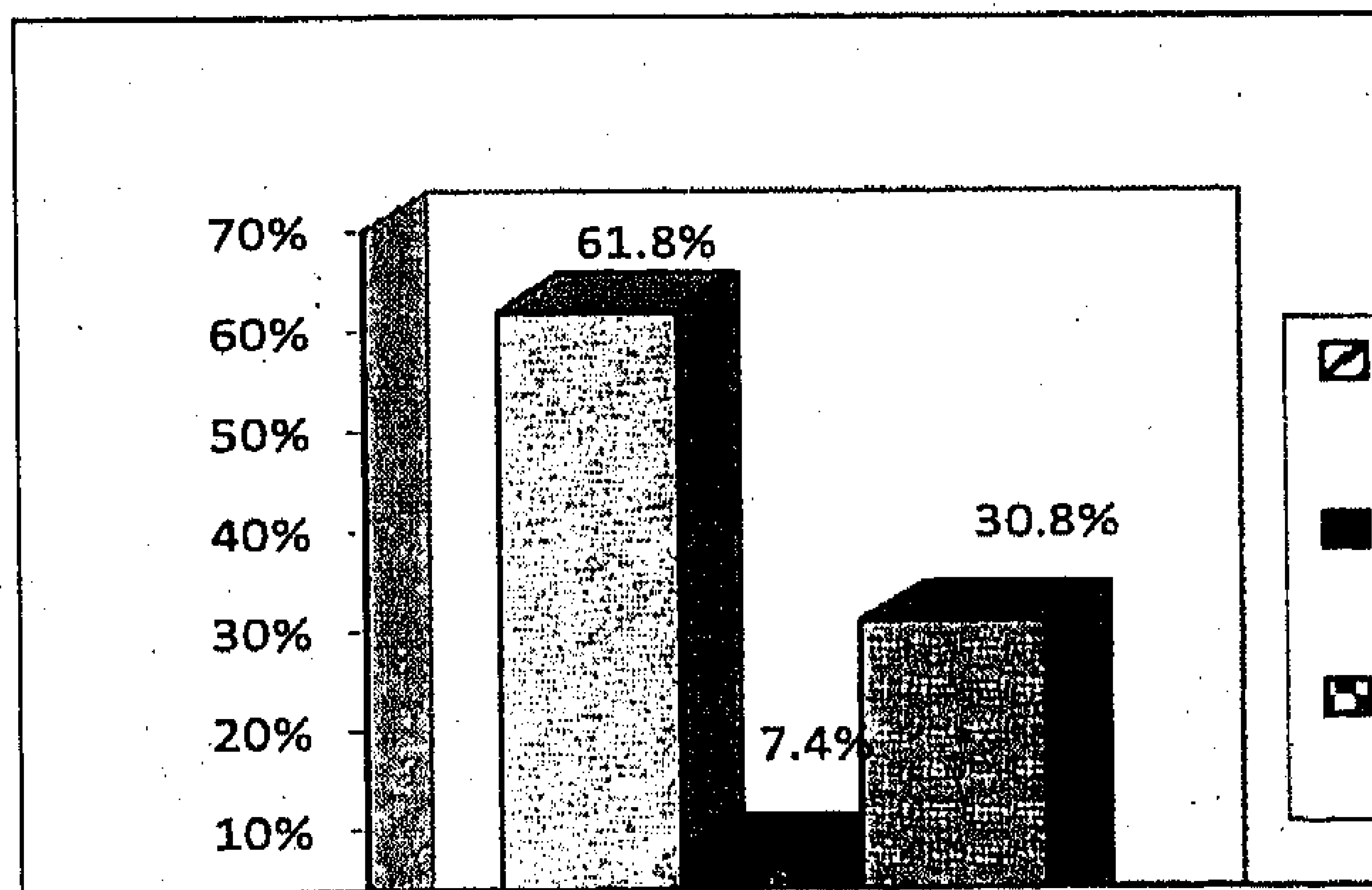
تبين من نتائج الدراسة الميدانية وجود اختلافات شديدة الدلالة الإحصائية بين عينة الدراسة حسب كثافة استخدامهم للفيس بوك في اشتراكهم في غروبات على الفيس بوك لصالح عينة الدراسة شديدي استخدام الفيس بوك (٤٠%، ١٨ ا من ٤٥ مبحوثا)، بينما ١٧,٢% من متوسطي استخدام الفيس بوك (٦٤ من ٣٧٣ مبحوث)، بينما نسبة صغيرة جدا من ضعيفي استخدام الفيس بوك مشتركين في غروبات على الفيس بوك (٥,٤%، تسعة مبحوثين من إجمالي ١٦٦ مبحوث).

ث ـ العلاقة بين القيام بنشاط سياسي والمشاركة في غروبات على الفيس بوك لمتابعة أحداث ثورة ٢٥ يناير وما بعدها

تبين من نتائج الدراسة الميدانية وجود اختلافات شديدة الدلالة الإحصائية بين عينة الدراسة حسب النشاط السياسي في اشتراكهم في غروبات على الفيس بوك لصالح عينة الدراسة الناشطين سياسيا (٢٣,٤%، ٢٢ من ٩٤ مبحوثا)، والناشطين إلى حد ما (٢٠,٥%، ٥٣ من ٢٥٨ مبحوثا)، بينما نسبة صغيرة جدا من غير الناشطين سياسيا مشتركين في غروبات على الفيس بوك (٦,٩%، ١٦ من ٢٣٢ مبحوث).

١٠. درجة ثقة المبحوثين في الفيس بوك أثناء أحداث ٢٥ يناير

مدى ثقة العينة في الفيس بوك أثناء أحداث ٢٥ يناير



خلصت الدراسة الميدانية إلى أن ٩٣% من عينة الدراسة عينة الدراسة استخدموا الفيس بوك أثناء أحداث ٢٥ يناير وما بعدها (٥٨٤ من ٦٢٨ مبحوث)، حيث تبين ٦١,٨% من عينة الدراسة يثقون في الفيس بوك بشدة أثناء متابعتهم لأحداث ثورة ٢٥ يناير (٣٦١ مبحوث من إجمالي ٥٨٤ مبحوث)، بينما ٤٣ مبحوثا فقط يثقون في الفيس بوك إلى حد ما (بنسبة ٧,٤%)، و٣٠,٨% من عينة الدراسة لا يثقون في الفيس بوك (١٨٠ من ٥٨٤ مبحوث).

يلاحظ أن النتيجة هنا تختلف مع نتيجة في دراسة نشوة عقل[١] التي توصلت إلى انخفاض مستوى ثقة المبحوثين في مواقع التواصل الاجتماعي حيث جاءت في الترتيب الثالث (٥٣,٥% يثقون بدرجة متوسطة، ١٩٨ من ٣٧٠ مبحوث) بعد التليفزيون والصحافة[٢]، وقد أرجعت نشوة عقل انخفاض ثقة المبحوثين في مواقع التواصل الاجتماعي لأنها مجتمع خصب للشائعات والأقاويل المنافية للصدق نظراً لعدم وجود رقيب عليه.

أ - العلاقة بين النوع ودرجة الثقة في الفيس بوك أثناء أحداث ٢٥ يناير

تبين من الدراسة الميدانية عدم وجود فروق دالة إحصائيا بين الذكور والإناث في درجة ثقتهم في الفيس بوك أثناء متابعتهم لأحداث ثورة ٢٥ يناير وما بعدها، حيث أظهرت نتائج الدراسة أن ٦١,٧% من عينة الدراسة (١٤٥ من ٢٣٥ مبحوث)، و٦١,٩% من المبحوثات (٢١٦ من ٣٤٩ مبحوثة) يثقون في الفيس بوك بشدة، بينما ١١,٥% من عينة الدراسة (٢٧ مبحوثا) و٤,٦% من المبحوثات (١٦ مبحوثا) كانوا يثقون في الفيس بوك إلى حد ما، وفي المقابل تبين ارتفاع نسبة عينة الدراسة والمبحوثات الذين لا يثقون في الفيس بوك، حيث تبين أن ٢٦,٨% من عينة الدراسة (٦٣ مبحوثا)، و٣٣,٥% من المبحوثات (١١٧ مبحوثة) لا يثقن في الفيس بوك.

ب - العلاقة بين كثافة استخدام الإنترنت ودرجة الثقة في الفيس بوك أثناء أحداث ٢٥ يناير

خلصت نتائج الدراسة الميدانية إلى عدم وجود فروق دالة إحصائيا بين عينة الدراسة حسب كثافة استخدامهم للانترنت في درجة ثقتهم في الفيس بوك، حيث تبين أن ٦١,٦% من عينة الدراسة كثيفي استخدام الإنترنت (٤٥ من ٧٣ مبحوثا)، و٦٣,٢% من عينة الدراسة متوسطي استخدام الإنترنت (٢٧٦ من ٤٣٧ مبحوث)، و٥٤,١% من عينة الدراسة ضعيفي استخدام الإنترنت (٤٠ من ٧٤ مبحوثا) يثقون بشدة في الفيس بوك. كما تبين أن ٤١,٩% من عينة الدراسة ذوي الاستخدام الضعيف للإنترنت (٣١ من ٧٤ مبحوثا) لا يثقون في الفيس بوك.

ت - العلاقة بين كثافة استخدام الفيس بوك ودرجة الثقة فيه أثناء أحداث ٢٥ يناير

(١) نشوة سليمان عقل، مرجع سابق، (العدد تحت الطبع)

(٢) قد يرجع الاختلاف بين الدراسة الحالية ودراسة نشوة عقل إلى اختلاف توقيت تطبيق الدراسة الميدانية، حيث تم تطبيق الدراسة الحالية بعد ثورة ٢٥ يناير في شهر ديسمبر ٢٠١١م، بينما تم تطبيق دراسة نشوة عقل الميدانية قبل ثورة ٢٥ يناير.

أظهرت نتائج الدراسة الميدانية وجود فروق دالة إحصائيا بين عينة الدراسة حسب كثافة استخدامهم للفيس بوك في درجة ثقتهم في الفيس بوك أثناء متابعتهم لأحداث ثورة ٢٥ يناير وما بعدها لصالح ذوي الاستخدام المتوسط للفيس بوك هم الأكثر ثقة في الفيس بوك بينما ذوي الاستخدام الضعيف للفيس بوك هم الأقل ثقة في الفيس بوك، حيث تبين أن ٥٥,٦% من عينة الدراسة كثيفي استخدام الفيس بوك (٢٥ من ٤٥ مبحوثا)، و٦٥,١% من عينة الدراسة متوسطي استخدام الفيس بوك (٢٤٣ من ٣٧٣ مبحوث)، و٥٦% من عينة الدراسة ضعيفي استخدام الفيس بوك (٩٣ من ١٦٦ مبحوث) يثقون بشدة في الفيس بوك. كما تبين أن ٤٢,٨% من عينة الدراسة ذوي الاستخدام الضعيف للفيس بوك (٧١ من ١٦٦ مبحوث) لا يثقون في الفيس بوك.

ث ـ العلاقة بين القيام بنشاط سياسي ودرجة الثقة في الفيس بوك أثناء أحداث ٢٥ يناير

توصلت الدراسة الميدانية إلى عدم وجود فروق ذات إحصائيا بين عينة الدراسة حسب درجة نشاطهم السياسي في درجة ثقتهم في الفيس بوك، حيث تبين أن ٦٢,٨% من عينة الدراسة الناشطين سياسيا (٥٩ من ٩٤ مبحوثا)، و٦٦,٣% من عينة الدراسة الناشطين سياسيا إلى حد ما (١٧١ من ٢٥٨ مبحوث)، و٥٦,٥% من عينة الدراسة غير الناشطين سياسيا (١٣١ من ٢٣٢ مبحوثا) يثقون بشدة في الفيس بوك. كما تبين أن ٣٧,١% من عينة الدراسة غير الناشطين سياسيا (٨٦ من ٢٣٢ مبحوث) لا يثقون في الفيس بوك.

١١ـ الأسباب التي أدت إلى خروج مظاهرات ٢٥ يناير

خلصت الدراسة الميدانية إلى أن ٧٢,٨% من المبحوثين الذين استخدموا الفيس بوك أثناء ثورة ٢٥ يناير (٤٢٥ مبحوثا من إجمالي ٥٨٤ مبحوث) تابعوا الدعوات لمظاهرات ٢٥ يناير، وأوضحت النتائج أن ٩٦,٩% من هؤلاء المبحوثين (٤١٢ مبحوث من إجمالي ٤٢٥ مبحوث) وافقوا على ذكر الأسباب التي أدت إلى خروج مظاهرات ٢٥ يناير.

أسباب خروج المظاهرات في ٢٥ يناير

أسباب خروج المظاهرات	ك	%
مقتل الشاب خالد سعيد في ٦ يونيو ٢٠١٠م الذي قيل انه تم تعذيبه حتى الموت.	٣٤٦	٨٤
معاناة المواطن المصري من الظلم وانتهاك حقوقه الإنسانية في ظل قانون الطوارئ.	٢٦٢	٦٣,٦
قيام الثورة الشعبية في تونس ونجاحها في الإطاحة بالرئيس التونسي زين العابدين بن علي.	٢٥٦	٦٢,١
انتشار شرطة مكافحة الشغب خلال مظاهرات ٢٥ يناير.	٢٥١	٦٠,٩
زيادة عدد السكان وزيادة معدلات الفقر.	٢٥٠	٦٠,٧
مقتل الشاب سيد بلال في ٥ يناير ٢٠١١م أثناء التحقيق معه في تفجير كنيسة القديسين.	٢٢٤	٥٤,٤
الفساد وسوء الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية والسياسية.	١٨٠	٤٣,٧
منع الإخوان المسلمين من المشاركة في الانتخابات بشكل قانوني	١٠٣	٢٥
حصول الحزب الوطني على ٩٧% من مقاعد مجلس الشعب.	٩٥	٢٣,١
الفيس بوك كان له دور كبير في التنسيق مع الشباب لتفجير الثورة في ٢٥ يناير.	١٨	٤,٧
جملة من سئلوا	٤١٢	

يلاحظ من بيانات الجدول السابق أن من أهم الأسباب التي أدت إلى خروج مظاهرات ٢٥ يناير مقتل الشاب خالد سعيد في ٦ يونيو ٢٠١٠م، يليه معاناة المواطن المصري من الظلم

وانتهاك حقوق الإنسان، وترى الباحثة أن اغلب المبحوثين يرون أن مقتل الشاب خالد سعيد هو السبب الرئيسي لخروج المظاهرات إلى أن هذه الحادثة كانت تجسيدا للمعاناة والظلم وانتهاك حقوق الإنسان المصري بالإضافة إلى فساد الشرطة وتستر النظام السابق عليها فكانت هذه الحادثة بمثابة "القشة التي قسمت ظهر البعير". كذلك يتضح أن ٦٢,١% من المبحوثين يرون أن قيام الثورة التونسية ونجاح أهدافها كانت بمثابة العامل المحفز للشباب والشعب المصري للقيام بثورته المجيدة ضد الظلم وفساد النظام السابق.

١٢. الأسباب التي أدت إلى نجاح مظاهرات ٢٥ يناير وتحولها إلى ثورة

أوضحت نتائج الدراسة الميدانية أن ٧٠,٤% من المبحوثين (٢٩٩ مبحوثا من إجمالي ٤٢٥ مبحوثا) وافقوا على ذكر الأسباب التي أدت إلى نجاح مظاهرات ٢٥ يناير وتحولها إلى ثورة.

أسباب نجاح مظاهرات في ٢٥ يناير وتحولها إلى ثورة

أسباب المظاهرات	ك	%	أسباب المظاهرات	ك	%
الاصرار والارادة الشعبية	١٦٦	٥٥,٥	انتشار الفيس بوك	١٨	٦
الوحدة الوطنية بين المسلمين والمسيحيين	١٢١	٤٠,٥	انسحاب الشرطة	١٤	٤,٧
الظلم	٦٢	٢٠,٧	لانها كانت سلمية	١٢	٤
انتشار الفساد	٥٧	١٩,١	كثرة عدد المتظاهرين	١٢	٤
وقوف الجيش مع الشعب	٥٥	١٨,٤	نجاح ثورة تونس	٩	٣
استخدام العنف المفرط تجاه الشباب	٣٦	١٢	الشباب	٨	٢,٧
توفيق الله	٢٦	٨,٧	الثورة لم تنجح	٧	٢,٣
ضعف النظام السياسي المصري	٢٥	٨,١	الدعم الخارجي	٤	١,٣
الفقر	٢١	٧	لا اعرف	٣	١
إجمالي من سئلوا			٢٩٩		

توضح بيانات الجدول السابق إيمان المبحوثين بالشعب المصري حيث يرى ٩٦% من المبحوثين (٢٨٧ مبحوث من ٢٩٩ مبحوث) أن من أسباب نجاح مظاهرات ٢٥ يناير وتحولها إلى ثورة قدت على الظلم والفساد في المجتمع المصري الإصرار والإرادة الشعبية والوحدة الوطنية بين أطياف الشعب المصري ومنها الوحدة الوطنية بين المسلمين والمسيحيين، بينما أربعة مبحوثين فقط يرون أن من أسباب نجاح الثورة المصرية الدعم الخارجي. وتأتي بعد ذلك الأسباب التقليدية لأغلب الثورات وهي الظلم وانتشار الفساد. كما يتضح من نتائج الدراسة أن ١٨,٤% من المبحوثين يرون أن من أسباب نجاح الثورة وقوف الجيش مع الشعب، وتعتقد الباحثة تراجع هذا السبب رغم التأييد الشعبي لنزول الجيش المصري إلى موعد تطبيق الاستبيان والذي تم تطبيقه في ديسمبر ٢٠١١م بعد اقل من عام من نزول الجيش إلى الشارع والفجوة التي ظهرت بين الجيش والشباب نتيجة لبعض الأحداث الفردية من بعض أفراد الجيش ضد المتظاهرين. كما توضح نتائج الدراسة إلى أن نسبة منخفضة جدا من المبحوثين يرون أن من أسباب نجاح الثورة المصرية يرجع إلى نجاح الثورة التونسية (٣%، تسعة مبحوثين من إجمالي ٢٩٩ مبحوث).

١٤. رأي العينة المدروسة في أحداث ثورة ٢٥ يناير

تم توجيه مجموعة من العبارات لعينة الدراسة للتعرف على آرائهم بخصوص ثورة ٢٥ يناير وجاءت إجاباتهم كما هو موضح بالجدول التالي:

رأي الشباب عينة الدراسة في ثورة ٢٥ يناير

العبارة	درجة الموافقة												الوزن النسبي
	موافق بشدة		موافق إلى حد ما		معارض إلى حد ما		معارض بشدة		بدون رأي		رفض الإجابة		
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
أظهرت الثورة مدى الحب الكبير الذي يكنه المصريون لبلدهم	315	74.1	66	15.5	18	4.2	8	1.9	7	1.6	11	2.6	13.1
ثورة ٢٥ يناير كشفت عن الرابطة الحميمة بين أبناء الشعب المصري (مسلمين ومسيحيين)	266	62.6	120	28.2	15	3.5	5	1.2	6	1.4	13	3.1	12.7
ثورة ٢٥ يناير هي ثورة شعبية سلمية	282	66.4	81	19.1	37	8.7	9	2.1	3	0.7	13	3.1	12.6
صفحات الفيس بوك ومواقع التواصل الاجتماعي كانت سببا في إعطاء دفعة قوية للثورة المصرية	219	51.5	139	32.7	33	7.8	15	3.5	8	1.9	11	2.6	11.9
المطالب الفئوية هي السبب في استمرار الفوضى	188	44.2	126	29.6	48	11.3	30	7.1	15	3.5	18	4.2	10.9
نجحت الثورة نجاحا كبيرا في إسقاط النظام والقضاء على الفساد	107	25.2	196	46.1	82	19.3	27	6.4	4	0.9	9	2.1	10.5
فلول الحزب الوطني هم السبب في الفتنة الأخيرة بين المسلمين والمسيحيين	152	35.8	142	33.4	71	16.7	23	5.4	25	5.9	12	2.8	10.4
الثورة المصرية لم تحقق أي من أهدافها	52	12.2	114	26.8	131	30.8	100	23.5	13	3.1	15	3.5	9.3
تسببت الثورة في إفساد الاقتصاد المصري وتعطل الإنتاج	87	20.5	131	30.8	87	20.5	92	21.6	13	3.1	15	3.5	8.5

يلاحظ من بيانات الجدول السابق، أن من أكثر العبارات التي حصلت على موافقة نسبة كبيرة من عينة الدراسة (حوالي ثلاثة أرباع حجم العينة) جاءت عبارة "أظهرت الثورة مدى الحب الكبير الذي يكنه المصريون لبلدهم" وذلك بنسبة ٧٤,١% (٣١٥ من ٤٢٥ مبحوث)، تليها عبارة "ثورة ٢٥ يناير هي ثورة شعبية سلمية" بنسبة ٦٦,٤% (٢٨٢ من ٤٢٥ مبحوث)، وعبارة "ثورة ٢٥ يناير كشفت عن الرابطة الحميمة بين أبناء الشعب المصري مسلمين ومسحيين" بنسبة ٦٢,٦% (٢٦٦ من ٤٢٥ مبحوث). ومن أقل العبارات والتي حصلت على تأييد ضعيف من عينة الدراسة جاءت كل من العبارتين: "الثورة المصرية لم تحقق أي من أهدافها" و"تسببت الثورة في إفساد الاقتصاد المصري وتعطل الإنتاج"، فالعينة المدروسة هنا من الشباب، فكيف يعيبون على الثورة أنها أفسدت الاقتصاد المصري وتعطل الإنتاج، أو أنها لم تحقق أهدافها؟ وفي مقابل رفض الشباب وعدم قبولهم بنسب سلبيات للثورة، فقد ركزوا في العينة المدروسة هنا على إيجابيات الثورة، بأن هذه الثورة أظهرت مدى حب المصريين لبلدهم، وأنها كشفت عن الرابطة الحميمة بين أبناء الشعب، وأنها ثورة شعبية سلمية.

أ - العلاقة بين النوع والرأي في أحداث ثورة ٢٥ يناير

خلصت الدراسة الميدانية إلى عدم وجود فروق دالة إحصائيا بين المبحوثين حسب النوع في درجات موافقتهم للعبارات السابقة، ما عدا العبارة "ثورة ٢٥ يناير كشفت عن الرابطة

الحميمة بين أبناء الشعب المصري (مسلمين ومسيحيين)" حيث يلاحظ أن المبحوثات كانوا الأكثر موافقة على هذه العبارة (٩٣%، ٢٢٨ من ٢٤٥ مبحوثة)، بينما ٨٧,٧% يوافقون على هذه العبارة (١٥٨ من ١٨٠ مبحوث).

كذلك ظهرت فروق دالة إحصائيا بين عينة الدراسة حسب كثافة استخدامهم للفيس بوك بالنسبة للعبارات: "نجحت الثورة نجاحا كبيرا في إسقاط النظام والقضاء على الفساد"، حيث اتضح أن النسبة الأكبر من عينة الدراسة ضعيفي استخدام الفيس بوك (٧٧,٣%، ٨٢ مبحوثا)، بينما النسبة ضعيفة من كثيفي استخدام الفيس بوك (٦٢,٥%، ٢٥ مبحوثا). وعبارة "تسببت الثورة في إفساد الاقتصاد المصري وتعطل الانتاج" ٥٢,٩%، ٥٦ مبحوثا ، ٥٣,٥%، ١٤٩ مبحوث ، ٣٢,٥%، ١٣ مبحوثا. أما عبارة "الثورة لم تحقق أي من أهدافها" ٣٥,٨%، ٣٨ مبحوثا، ٤٠,٥% ١١٣ مبحوث، ٣٧,٥% ١٥ مبحوثا. وعبارة أن "حجب موقع الفيس بوك ومواقع التواصل الاجتماعي كانت سببا في إعطاء دفعة قوية للثورة المصرية" ٧٨,٣%، ٨٣ مبحوثا ، ٨٦,٤% ٢٤١ مبحوث، و٨٥% ٣٤ مبحوثا.

كما ظهرت فروق دالة إحصائيا في عينة الدراسة حسب النشاط السياسي فيما يخص العبارات: "تسببت الثورة في إفساد الاقتصاد المصري وتعطل الإنتاج" حيث لم يوافق ٢٧,١% من عينة الدراسة الناشطين سياسيا (٢٣ مبحوثا) على هذه العبارة، في حين رفضها ١٧% من عينة الدراسة (٢٤ مبحوثا)، وعبارة "أظهرت الثورة مدى الحب الكبير الذي يكنه المصريون لبلدهم" حيث وافق على هذه العبارة ٧٧,٦% من عينة الدراسة الناشطين سياسيا (٦٦ مبحوثا)، بينما وافق ٦٨,١% من عينة الدراسة غير الناشطين سياسيا (٩٦ مبحوثا).

ب ـ العلاقة بين كثافة استخدام الإنترنت والرأي في أحداث ثورة ٢٥ يناير

تبين من الدراسة الميدانية عدم وجود اختلافات دالة إحصائيا بين المبحوثين فيما يتعلق بآرائهم حول أحداث ثورة ٢٥ يناير حسب كثافة استخدام الانترنت.

ت ـ العلاقة بين كثافة استخدام الفيس بوك والرأي في أحداث ثورة ٢٥ يناير

ظهرت فروق دالة إحصائيا بين المبحوثين حسب كثافة استخدامهم للفيس بوك بالنسبة للعبارات: "نجحت الثورة نجاحا كبيرا في إسقاط النظام والقضاء على الفساد"، حيث اتضح أن النسبة الأكبر من المبحوثين ضعيفي استخدام الفيس بوك (٧٧,٣%، ٨٢ من ١٠٦ مبحوثين)، بينما النسبة ضعيفة من كثيفي استخدام الفيس بوك (٦٢,٥%، ٢٥ من ٤٠ مبحوثا). وعبارة "تسببت الثورة في إفساد الاقتصاد المصري وتعطل الإنتاج"، حيث وافق عليها ٥٢,٩% من المبحوثين ضعيفي استخدام الفيس بوك (٥٦ من ١٠٦ مبحوثين)، و٥٣,٤% من المبحوثين متوسطي استخدام الفيس بوك (١٤٩ من ٢٧٩ مبحوث)، بينما ٣٢,٥% من المبحوثين كثيفي استخدام الفيس بوك (١٣ من ٤٠ مبحوثا). أما عبارة "الثورة لم تحقق أي من أهدافها"، حيث يوافق ٣٥,٨% من المبحوثين ضعيفي استخدام الفيس بوك (٣٨ من ١٠٦ مبحوثين)، و٤٠,٥% من المبحوثين متوسطي استخدام الفيس بوك (١١٣ من ٢٧٩ مبحوثا)، و٣٧,٥% من المبحوثين كثيفي استخدام الفيس بوك (١٥ من ٤٠ مبحوثا). وكذلك عبارة "حجب موقع

الفيس بوك ومواقع التواصل الاجتماعي كانت سببا في إعطاء دفعة قوية للثورة المصرية"، حيث وافق عليها ٧٨,٣% من المبحوثين ضعيفي استخدام الفيس بوك (٨٣ من ١٠٦ مبحوثين)، و٨٦,٤% من المبحوثين متوسطي استخدام الفيس بوك (٢٤١ من ٢٧٩ مبحوث)، و٨٥% من المبحوثين كثيفي استخدام الفيس بوك (٣٤ من ٤٠ مبحوثا).

ث ـ العلاقة بين القيام بنشاط سياسي والرأي في أحداث ثورة ٢٥ يناير

كما ظهرت فروق دالة إحصائيا بين المبحوثين حسب نشاطهم السياسي فيما يخص العبارات: "تسببت الثورة في إفساد الاقتصاد المصري وتعطل الإنتاج" حيث لم يوافق ٢٧,١% من المبحوثين الناشطين سياسيا (٢٣ من ٨٥ مبحوثا) على هذه العبارة، في حين رفضها ١٧% من المبحوثين غير الناشطين سياسيا (٢٤ من ١٤١ مبحوث)، وعبارة "أظهرت الثورة مدى الحب الكبير الذي يكنه المصريون لبلدهم" حيث وافق على هذه العبارة ٧٧,٦% من المبحوثين الناشطين سياسيا (٦٦ من ٨٥ مبحوثا)، بينما وافق ٦٨,١% من المبحوثين غير الناشطين سياسيا على هذه العبارة (٩٦ من ١٤١ مبحوث).

رابعا ـ نتيجة اختبار فروض الدراسة

الفرض الأول: توجد اختلافات دالة إحصائيا في درجة اهتمام المبحوثين بمتابعة أحداث ثورة ٢٥ يناير حسب متغيرات الدراسة.

اتضح في هذا البحث تحقق صحة هذا الفرض الأول نسبيا، حيث كثافة استخدام الإنترنت والنشاط السياسي أثرا بشكل واضح على درجة اهتمام المبحوثين بمتابعة أحداث ٢٥ يناير، بينما النوع وكثافة استخدام الفيس بوك لم يتضح تأثيرهما على درجة اهتمام المبحوثين بمتابعة هذه الأحداث.

الفرض الثاني: توجد اختلافات دالة إحصائيا في درجة استخدام المبحوثين للفيس بوك أثناء أحداث ٢٥ يناير حسب متغيرات الدراسة

اتضح في هذا البحث عدم تحقق صحة الفرض نسبيا، حيث لم يظهر تأثير النوع أو كثافة استخدام الإنترنت في اعتماد الشباب على الفيس بوك أثناء الثورة وما بعدها، بينما ظهرت فروق بين المبحوثين حسب قيامهم بنشاط سياسي، حيث ظهر أن الناشطين سياسيا كانوا الأكثر استخداما للفيس بوك أثناء الثورة وما بعدها.

الفرض الثالث: توجد اختلافات دالة إحصائيا في درجة متابعة المبحوثين للدعوة لثورة ٢٥ يناير عبر الفيس بوك حسب متغيرات الدراسة

اتضح في هذا البحث تحقق صحة هذا الفرض نسبيا، حيث ظهرت فروق دالة إحصائيا بين المبحوثين حسب كثافة استخدام الإنترنت، حيث تبين أن ذوي الاستخدام الكثيف والمتوسط للإنترنت هم الأكثر متابعة للدعوة للمظاهرات، كذلك المبحوثين ذوي الاستخدام الكثيف للفيس بوك كانوا الأكثر متابعة للدعوة للمظاهرات، والأمر نفسه بالنسبة للمبحوثين الناشطين سياسيا، بينما لم يظهر تأثير النوع في متابعة الدعوة لثورة ٢٥ يناير.

الفرض الرابع: توجد اختلافات دالة إحصائيا في درجة ثقة المبحوثين في الفيس بوك أثناء أحداث ٢٥ يناير حسب متغيرات الدراسة

اتضح هنا عدم تحقق صحة هذا الفرض نسبيا، حيث لم يظهر تأثير للنوع أو كثافة استخدام الإنترنت أو القيام بنشاط سياسي في درجة الثقة في الفيس بوك، بينما ظهرت فروق دالة إحصائيا بين المبحوثين حسب كثافة استخدامهم للفيس بوك لصالح ذوي الاستخدام المتوسط للفيس بوك، حيث تبين أنهم الأكثر ثقة في الفيس بوك بينما ذوي الاستخدام الضعيف للفيس بوك هم الأقل ثقة في الفيس بوك.

الفرض الخامس: توجد اختلافات دالة إحصائيا في آراء المبحوثين في أحداث ٢٥ يناير وتداعياتها حسب متغيرات الدراسة

اتضح في هذا البحث عدم تحقق صحة هذا الفرض نسبيا، حيث لم يظهر تأثير للنوع أو كثافة استخدام الإنترنت أو الفيس بوك على آراء المبحوثين نحو أحداث ثورة ٢٥ يناير وتداعياتها، بينما ظهرت فروق دالة إحصائيا بين المبحوثين حسب النشاط السياسي لصالح الناشطين سياسيا، حيث تبين أنهم الأكثر إيجابيا تجاه ثورة ٢٥ يناير وتداعياتها.

خلاصة الدراسة

طبقت هذه الدراسة في شهر ديسمبر ٢٠١١م، حيث تم التركيز فيها على دراسة حدود الدور الذي قام به الفيس بوك في التغيير السياسي الذي شهدته مصر في الفترة الأخيرة، وذلك من خلال التعرف على درجة اعتماد الشباب المصري على مواقع التواصل الاجتماعي عبر شبكة الإنترنت في متابعة أحداث الثلاثاء ٢٥ يناير٢٠١١م (٢١ صفر ١٤٣٢هـ) وتطوراتها ونتائجها، بالإضافة إلى التعرف على مستوى ثقة الشباب المصري في هذه المواقع، وذلك بالتطبيق على عينة "غير احتمالية" قوامها ٦٢٨ مفردة من طلاب جامعة القاهرة، في المرحلة العمرية ١٨ عاما فأكثر، ذكور وإناث، والذين يجمعون في خصائصهم أيضا مستويات اقتصادية واجتماعية مختلفة.

وقد توصلت الدراسة الميدانية إلى أن ٧٦,٦% من العينة (٤٨١ من ٦٢٨ مبحوث) تابعوا أحداث الخامس والعشرين من يناير وما بعدها باهتمام شديد، حيث خلصت نتائج الدراسة إلى أن كثافة استخدام الإنترنت والنشاط السياسي أثرا بشكل واضح على درجة اهتمام عينة البحث بمتابعة أحداث ٢٥ يناير، بينما متغيرات أخرى وسيطة مثل النوع واستخدام الفيس بوك لم يتضح تأثير أي منهما على درجة اهتمام العينة بمتابعة هذه الأحداث.

وتبين من الدراسة الميدانية أن مواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك وتويتر وماي سبيس وغيرها) كانت من أهم الخدمات الإلكترونية على شبكة الإنترنت التي استخدمها المبحوثون في التعرف على أحداث ثورة ٢٥ يناير، تليها مباشرة المواقع الإلكترونية للصحف، ثم جاء وبفارق ملحوظ الاعتماد على المجموعات الإخبارية، ثم البريد الإلكتروني، وهي نتيجة تؤكد أهمية الإنترنت بصفة عامة ومواقع التواصل الاجتماعي بصفة خاصة في التنسيق بين الشباب والإعداد لثورة ٢٥ يناير، وكذلك استمرار قدرة هذه المواقع على رصد تطورات المشهد

السياسي من ناحية، وتحقيق التفاعل والتواصل بين الشباب حول الواقع السياسي من ناحية أخرى، إضافة إلى أهميتها كوسيلة للتعبير عن الرأي والمشاركة في الحياة السياسية، دون رقابة أو بذل جهد كبير، مثلما هو الحال في وسائل الاتصال الأخرى.

كما أظهرت نتائج الدراسة الميدانية أن ٩٣% من عينة البحث استخدموا الفيس بوك لمتابعة أحداث ثورة ٢٥ يناير وتداعياتها، حيث لم يظهر تأثير النوع أو كثافة استخدام الإنترنت في اعتماد الشباب على الفيس بوك أثناء الثورة وما بعدها، بينما ظهرت فروق بين المبحوثين حسب قيامهم بنشاط سياسي، حيث ظهر أن الناشطين سياسيا كانوا الأكثر استخداما للفيس بوك أثناء الثورة وما بعدها.

كذلك خلصت الدراسة الميدانية إلى أن ٧٢,٨% من العينة الذين استخدموا الفيس بوك أثناء ثورة ٢٥ يناير تابعوا الدعوات لمظاهرات ٢٥ يناير، وقد ظهرت فروق دالة إحصائيا بين متغير كثافة استخدام الإنترنت، حيث تبين أن ذوي الاستخدام الكثيف والمتوسط للإنترنت هم الأكثر متابعة للدعوة للمظاهرات، كذلك بالنسبة لذوي الاستخدام الكثيف للفيس بوك الذين كانوا الأكثر متابعة للدعوة للمظاهرات، والأمر نفسه بالنسبة للمبحوثين الناشطين سياسيا.

وفيما يخص الثقة في الفيس بوك، توصلت الدراسة الميدانية إلى أن ٦١,٨% من عينة الدراسة يثقون في الفيس بوك بشدة أثناء متابعتهم لأحداث ثورة ٢٥ يناير، ولم يظهر تأثير للنوع أو كثافة استخدام الإنترنت أو القيام بنشاط سياسي في درجة الثقة في الفيس بوك، بينما ظهرت فروق دالة إحصائيا بين المبحوثين حسب كثافة استخدامهم للفيس بوك لصالح ذوي الاستخدام المتوسط للفيس بوك، حيث تبين أنهم الأكثر ثقة في الفيس بوك، بينما ذوي الاستخدام الضعيف للفيس بوك هم الأقل ثقة في الفيس بوك.

وقد توصلت الدراسة الميدانية إلى أن أهم الأسباب التي أدت إلى خروج مظاهرات ٢٥ يناير كان مقتل الشاب خالد سعيد في ٦.يونيو ٢٠١٠م، يليه معاناة المواطن المصري من الظلم وانتهاك حقوق الإنسان، كما يرى ٦٢,١% من عينة البحث أن قيام الثورة التونسية ونجاح أهدافها كانت بمثابة عامل محفز للشباب والشعب المصري للقيام بثورته المجيدة ضد الظلم وفساد النظام السابق، بينما الأسباب التي أدت إلى نجاح المظاهرات وتحولها إلى ثورة فقد كان الإصرار والإرادة الشعبية والوحدة الوطنية بين أطياف الشعب المصري - ومنها الوحدة الوطنية بين المسلمين والمسيحيين - وتأتي بعد ذلك الأسباب التقليدية لأغلب الثورات وهي الظلم وانتشار الفساد، كما أوضحت نتائج الدراسة أن نسبة منخفضة جدا من المبحوثين يرون أن من أسباب نجاح الثورة المصرية كان نجاح الثورة التونسية.

الفصل الرابع
التليفزيون من منظور اجتماعي

تمهيد

يضم هذا الفصل على مبحثين، أحدهما نقدم فيه دراسة فسيولوچية للتليفزيون، وذلك في الدول النامية بصفة عامة، ودوره الوظيفي في هذه المجتمعات. وفي المبحث الذي يليه نركز على التليفزيون المصري من منظور اجتماعي، وحيث نقارنه هنا بالتليفزيون في دول العالم العربي، وفي دول إسلامية أخرى، وفي أفريقيا...، والتي إلى كل من هذه المجموعات الثلاثة من الدول تنتمي مصر والآخر نخصصه للحديث عن التليفزيون المصري في دراسة تطبيقية مقارنة، والذي نشرناه في طبعة سابقة...

ويمكن للقارئ المهتم تحديث الأرقام التي جاءت في هذا المبحث، باللجوء إلى ما ينشره أساتذة الإعلام، والسائل التي تتم مناقشتها، والكتاب السنوي الذي يصدره اتحاد الإذاعة والتليفزيون، وما يمكن الاطلاع عليه من بيانات في الإحصائيات التي تصدرها يونسكو سنويا...

المبحث السابع
الدور الوظيفي للتليفزيون

أولا - التليفزيون في الدول النامية

عرفنا فيما سبق أن التليفزيون بدأ ينتشر في الدول النامية منذ عام ١٩٦٠م وأن مصر كانت من الدول التي أدخلت التليفزيون في أراضيها، وعرفنا أن هناك دائما فجوة كبيرة بين توزيع أجهزة التليفزيون بين الدول المتقدمة والدول النامية...؛ فبينما كان يوجد ٣٥٣ جهاز لكل ألف نسمة في الدول المتقدمة صناعيا في نهاية السبعينيات، لم يكن يوجد سوى ٢٩ جهازا فقط لكل ألف نسمة في العالم النامي، أي بنسبة أكبر من ١٢: ١.

ومن الجدير بالذكر، أننا كنا قد بدأنا نلمس تحسنا ملحوظا في توزيع أجهزة التليفزيون بين العالمين المتقدم والنامي في إحصائيات عام ١٩٧٩م، فقد ضاقت الفجوة بينهما في مجال حيازة أجهزة التليفزيون بنسبة ١٢,١٧ : ١، بعد أن كانت هذه النسبة عام ١٩٦٥م مثلا ٢٣ :١، مما يجعلنا نتفاءل بإمكان زوال هذه الفجوة يوما ما ، أو تضييقها على الأقل.

ولكن، في مجال عقد المقارنة بين عدد أجهزة التليفزيون في العالم النامي والعالم المتقدم، يجب أن نأخذ في الحسبان عدة عوامل قد تؤثر في تحديد نسبة التعرض لهذا الجهاز إذا نظرنا إلى النقاط التالية:

١- عدد أفراد الأسرة الواحدة يختلف اختلافا كبيرا في الدول المتقدمة صناعيا عنه في الدول النامية(١).

٢- لم يصبح التليفزيون حتى الآن جهازا شخصيا، وخاصة في الدول النامية حيث لا تسمح الدخول المتواضعة بأن نتصور أن المشاهدة يمكن أن تتم بصورة فردية.

٣- في الدول النامية لا تنحصر مشاهدة برامج التليفزيون على أفراد الأسرة الواحدة التي لديها جهاز استقبال، فهي تفتح أبوابها لاستقبال الأقارب والجيران والأصدقاء والزملاء ممن ليس لديهم تليفزيون ويرغبون في مشاهدة أي برامج أو برامج محددة، وهذا ينسحب أيضا على مشاهدة الفيديو، بل وقد تستضيفهم الأسرة التي لديها الجهاز لمشاهدة سهرة تليفزيونية أو شريط فيديو(٢).

وتجدر الإشارة هنا إلى أن الموقف الحالي بالنسبة للدول العربية أفضل بكثير بالنسبة للوضع في دول نامية كثيرة لأننا يجب ألا ننسى أن من بين الدول العربية توجد دول البترول الغنية ، والتي تختفي منها وسائل ترفيه أخرى مثل السينما والمسرح...، كما أن المناخ في هذه الدول لا يسمح بالخروج للنزهة أو حتى لممارسة رياضة المشي.

---

(١) للاستزادة في هذا الموضوع ، ارجع إلى دراستنا : "مورفولوجية الأسرة المصرية" في كتابنا : الطفل المصري بين التليفزيون والفيديو والغزو الثقافي . **مرجع سابق .**

(٢) ارجع إلى "الفيديو في الهند وفي مصر" . في كتابنا : **الأقمار الصناعية والتنمية :** تجربة هندية . مكتبة نهضة الشرق . القاهرة ، ١٩٨٨م .

(أ) خصائص التليفزيون ووسائل الإعلام الأخرى في الدول النامية

بدخول الدول النامية عصر التليفزيون منذ عام ١٩٦٠م ، ظهرت بوادر حرب خفية . ففي هذا التاريخ ، كانت كثير من الدول النامية إما مستعمرة أو تحت سيطرة أجنبية أو خرجت لتوها من تحت نير الاستعمار .

ويمكن القول بأن "الغزو" الأجنبي عن طريق البرامج، من مسلسلات وحلقات وأفلام - على الأقل من وجهة نظرنا - دليل على عجز هذه الدول النامية في إبداع هذه النوعية من البرامج ، والتي تستقطب نسبة كبيرة من مشاهدي التليفزيون، كما يشير أيضا إلى تبعيتها لقوى أجنبية ، وهو "استعمار ثقافي" جديد من بلاد العم سام إذا أردنا التعبير عن أفكارنا بصراحة ودون أي مواربة ، والذي أفصح عنه مسئول فرنسي بخصوص الأفلام الأمريكية التي تعرض في عدد كبير من صالات السينما في فرنسا ، ومقارنة ذلك - مثلا - باختفاء الأفلام الفرنسية من صالات السينما في الولايات المتحدة الأمريكية.

فإذا كانت أمريكا لم "تسعد" يوما بأن تكون دولة مستعمرة على المستوى السياسي مثل بعض دول أوربية، وفشلت في الاحتلال العسكري في فيتنام، فإنها عن طريق السينما قبل التليفزيون قد استطاعت أن تثبت وجودها بوصفها قوة مستعمرة، صورة جديدة من صور الاستعمار، وهو ما أطلقنا عليه يوما اسم : استعمار عن طريق "الكوكا" أو بسلاح الكوكا(Coca-colonialism)[1]، ثم الهمبورجر، والـجينز..، إلى أن فاجأت العالم بنوع جديد من الاستعمار العسكري تداري به خزيها من فشلها في فيتنام. فقد كانت حججها واهية وأثبتت الأيام أنها غير حقيقية، واحتلت جزءا من الأراضي العربية ويعلم الله وحده متى يمكن التخلص منها، بل استدارت تنبش مهددة سوريا وإيران... ببجاحة شديدة لم تكن تستطيع أن تفعلها لو وجدت أمامها قوة تردعها، فقد أصبحنا نعيش عصر القطب الواحد بعد أن غاب الاتحاد السوفييتي عن الميدان، والدول العربية لا حول له ولا قوة، فقد "*أكلها العم بسام يوم أكل العراق*"[٢].

(ب) التفوق الأمريكي في مجال التليفزيون

يمكن تفسير التفوق الأمريكي في مجال التليفزيون وفنونه (عدد الشبكات "الأخطبوطية" وعدد قنوات التليفزيون والشبكات الكابلية وعدد ساعات البث والخبراء والباحثين والبرامج ...) تحت ضوء عوامل عديدة أهمها ما يلي[٣]:

١- قِدم ظاهرة السينما الأمريكية التي وضعت استوديوهاتها بكل معداتها وأجهزتها وكوادرها تحت تصرف التليفزيون.

٢- استقرار الولايات المتحدة في بداية عهد التليفزيون ؛ فقد اشتعلت الحرب العالمية الثانية بعيدا عن الأراضي الأمريكية (ونحن نقصد هنا ميدان المعركة نفسه).

---

(1) E. El SHAL . – La responsabilité ... *Op. Cit.*

(٢) المثل يقول : "قد أكلنا يوم أكل الثور الأبيض".

(3) Jacques MOUSSEAU . – “les enfants et la télévision” . *in* : **Communication et langages** , 30 , 1976 .

٣- ازدهرت البحوث الخاصة بالعلوم الإنسانية في الولايات المتحدة لتوافر الإمكانيات.

٤- ساعدت الحكومة الأمريكية البحوث الخاصة بالتليفزيون وشجعت تطويرها وساهمت بالإنفاق عليها.

٥- ساهمت الشركات الأمريكية الكبرى في تمويل الأبحاث وشجعت تنفيذها ، فإن من شأن هذه البحوث مساعدة الشركات في تحديد جمهورها ومعرفة خصائصه والاستفادة من هذه النتائج عند تصميم الإعلانات ووضعها بذكاء على خرائط البرامج بالنسبة للإذاعة بالراديو والتليفزيون...

وهكذا، ساعدت البحوث، مع استقرار الدولة، ومع الخبرة الطويلة في مجال السينما...، في أن تتقدم أمريكا في مجال برامج التليفزيون التي امتازت بالجودة وبالوفرة والإبهار، في استوديوهات مجهزة ومتطورة، بالإضافة إلى وجود ممثلين وفنيين وخبراء متخصصين لهم خبراتهم وشهرتهم العالمية(١)...

وقد أدت وفرة الإنتاج الأمريكي للمواد الدرامية بصفة خاصة إلى تقديم مواد بأسعار بخسة أقل بكثير من مثيلاتها في حالة ما إذا أرادت الدول النامية إنتاج برامج مماثلة، بل وعدم إمكانية ذلك في ظل الظروف الاقتصادية والتقنية لهذه الدول، مما يسمح بانتشار البرامج الأمريكية التي تتميز بالإبهار على مستوى العالم، بل ويتم ذلك أحيانا في شكل هبات . وقبل الدخول إلى العقد الثامن من القرن الماضي، كان يوجد أكثر من ١٦٠ شركة في الولايات المتحدة الأمريكية تقوم بإنتاج برامج التليفزيون بتوزيع ٢٠٠٠٠٠ ساعة من البرامج سنويا على مستوى العالم كله(٢)، وهي بذلك كانت - وما زالت - تحتل المرتبة الأولى في توزيع برامج التليفزيون، تليها إنجلترا التي كانت توزع ٣٠٠٠٠ ساعة، ثم فرنسا، فألمانيا الاتحادية (قبل الانضمام) واليابان...

ويظهر التفوق الأمريكي أيضا في مجال الأخبار ، حيث يشير المسئولون والمتخصصون إلى أن نسبة التدفق الإخباري من قبل الدول الرأسمالية بصفة عامة - ومن أمريكا بصفة خاصة - إلى الدول النامية تزيد ١٢ مرة أكثر من الاتجاه العكسي، من الدول النامية إلى الدول الرأسمالية(٣)، وهذا لمسناه أيضا بالنسبة لتدفق الأخبار على الشبكة الأوربية "اليوروفيزيون" (EUROVISION)(٤) والتي تضم دولا نامية من بينها مصر(٥). وتفوق الولايات المتحدة الأمريكية في مجال الأخبار على مستوى العالم لمسناه جميعا من خلال شبكة "سي إن إن" (CNN) الأمريكية في أثناء حرب تحرير الكويت(٦)، والذي ما زلنا نلمسه بالنسبة لهذه الشبكة

---

(١) راجع كتابنا : الإعلام الدولي .. *مرجع سابق* .

(2) **Les mass media en URSS** : Principes , expérience . 1979 .

(3) ***Idem*** .

(٤) "الدول النامية على شبكة اليوروفيزيون" في : الأقمار الصناعية والتنمية . *مرجع سابق* .

(٥) للاستزادة ، ارجع إلى كتابنا : الإعلام الدولي عبر الأقمار الصناعية : دراسة لشبكات التليفزيون. ***مرجع سابق***.

(٦) تحدثنا في صفحات سابقة عن مقولة ماكلوهان بخصوص وقوع زلزال في دولة نامية . وهنا نسرد واقعة قد تؤكد كلامه ، وهي أن الشبكة استفتت الجماهير في أمريكا لمعرفة ما إذا كانوا يرغبون في مشاهدة ضرب العراق على الهواء مباشرة ، وقد حصل .

حتى مع ظهور شبكات أخرى عالمية للأخبار مثل "اليورونيوز" (EURONEWS) والناطقة بعدة لغات.

أما القول بظهور شبكات أو قنوات إخبارية عربية مثل "إيه إن إن" (ANN) وغيرها مثل قناة النيل للأخبار ، والإخبارية...، فإن ذلك لم يحقق التوازن بالنسبة لتدفق الأخبار بين الشمال والجنوب، بسبب أن هذه "الشبكة" ناطقة باللغة العربية، أي أننا من خلال هذه الشبكة نتحدث إلى بعضنا بعضا بعيدا عن الآخر، وربما يكون الموقع الإسلامي: "Islam on line" أول بادرة إسلامية لنقل صورة سليمة موجهة إلى الآخر . ويقال إنه توجد مواقع أخرى نرجو مراقبتها ومراجعتها لتصويب ما قد ينشر دون الرجوع إلى النصوص الشرعية[1]، وأيضا القناة الناطقة باللغة الإنجليزية والتي تنوه القناة القطرية، الجزيرة، عن قرب افتتاحها...

ووفقا لتقرير "شين ماكبرايد"[2] (Seán MacBride)، يؤثر التدفق "غير المتكافئ" للإعلام على الثقافة الوطنية في الدول النامية. فإن الأدباء في هذه الدول، والموسيقيين، وكاتبي السيناريو، وغيرهم من فناني الشاشة الصغيرة سوف يعانون من هذه البرامج المستوردة التي تحتل المركز الأول ليكونوا هم في الصف الثاني. ويشير التقرير أيضا إلى أنه إذا حاول هؤلاء الوطنيون تقليد البرامج الأجنبية، فإن ذلك لن يغير من الوضع في أي شيء، لأنهم سوف يقومون عندئذ بتقديم القيم الأجنبية، وبصور مشوهة[3].

وتواجه الدول النامية، عند إعداد برامج التليفزيون، عدة مشاكل على مستويات مختلفة: مادية وتقنية وفنية...، وقد يفسر ذلك رجوع منتجي هذه النوعية من البرامج إلى المصدر الأجنبي للاستعانة بالبرامج الجاهزة، المعلبة، فستوردها لبثها على جماهيرها.

وهذه المشكلة ، مشكلة البحث عن البرامج الجاهزة، ليست مشكلة خاصة بالدول النامية فقط، بل هي على المستوى الدولي...؛ فأينما نذهب ، يمكننا أن نتابع "المرأة الحديدية"، و"آنسات تشارلي" و"الرجل الذي يساوي المليار"...، والذي شاهدنا حلقات منها في بداية العقد الماضي على شاشة التليفزيون في موسكو (مع الإشارة في بداية كل حلقة إلى أن "*هذا المسلسل يصور الحياة في دولة رأسمالية*"). وهذه الحلقات الأمريكية ، ولتفوق الولايات المتحدة في هذا المجال وعلى المستوى الاقتصادي والعسكري والتكنولوجي...، رُسمت وتحددت صورة، "كليشيه" ، (Stéréotype) ، لشخصية البطل في نهاية النصف الثاني من القرن العشرين، والذي يمكن أن يعيش حتى نهاية النصف الأول من القرن الواحد والعشرين طالما ظلت السيادة على العالم في يد الولايات المتحدة الأمريكية...

كذلك تقدم لنا حلقات "دالاس" و"بيتون بليس" و"بيري ماسون" وغيرها من المسلسلات والحلقات الأمريكية، وفي أي مكان على سطح الأرض ، نماذج من الحياة الأمريكية المادية، سواء كان المُشاهد لها تحت خيمة في صحراء عربية، أو في كوخ أو "بنغالو" على مياه نهر في جنوب شرق آسيا، أو بين الأشجار في غابة من مجاهل أفريقيا. ومن الجدير بالذكر هنا، أن عدد

---

(١) تم تسجيل رسالة ماجستير تحت إشرافنا في قسم الإذاعة .لدراسة المواقع التي تتحدث عن الإسلام باللغة الإنجليزية .

(٢) أيرلندي الجنسية، وكان وزيرا للخارجية، ورأس هذه اللجنة الخاصة بالإعلام، ونشر تقرير اللجنة في كتاب بعدة لغات، وترجم إلى العربية تحت عنوان: **عالم واحد وأصوات متعددة**.

(3) MacBRIDE , *Op. Cit.*

المشاهدين قد قدر بحوالي ٣٥٠ مليون مشاهد في ٥٩ دولة وذلك بالنسبة للمسلسل الأمريكي "بوننزا" (Bonanza) الذي تم توزيعه عالميا منذ حوالي ٢٠ سنة(١)...

وعندما تجرى دراسة على مسلسل "دالاس" مثلا ، سوف لا نفاجأ إذا فاق عدد المشاهدين هذا الرقم بعشرات الملايين؛ فقد احتلت مشاهدة "جي آر" (J. R. EWING) أعلى معدل للمشاهدة في نوفمبر عام ١٩٨٠م. وتشير مؤسسة "نيلسون" للأبحاث إلى أن هناك أكثر من ٤١,٤٠٠ مليون منزل تشاهد هذه الحلقات التي تسوّقها الشبكة الأمريكية "سي بي إس" (CBS)(٢) بحوالي ٥٠٠٠٠٠ دولار للدقيقة الواحدة(٣).

ومن المعروف اقتصاديا، أن ما يمكن الحصول عليه دون مقابل كبير وبسهولة تامة ، ليس دائما هو أفضل الموجود. إلا أن الدول النامية التي تضطر لشراء أو استئجار البرامج أو قبول برامج تقدم لها في صورة "هدايا" ، والتي قد لا تكون صالحة للعرض لأسباب متعددة، قد تستخدم مثل هذه البرامج في ملء الفراغ على خريطة برامج التليفزيون دون أي نفقات مادية تذكر(٤).

وغني عن البيان طبعا ، أن الدول النامية تلجأ إلى أمريكا لكي تحصل على البرامج ، كما أنها قد تلجأ أحيانا إلى اليابان التي يقال عنها إنها مستعدة لتقديم كل التسهيلات الممكنة للدول النامية في مجال التليفزيون(٥) (وقد شاهدنا على شاشة التليفزيون المصري مسلسلا يابانيا ("أوشين")، إلا أن تكرار التجربة لم يحدث حتى الآن، ويستمر عرض المسلسلات الأمريكية، المسلسل تلو المسلسل.

هذا "الغزو" الأجنبي ، إذا كان من الممكن استخدام هذه الكلمة الآن دون حرج، لا يتوقف عند هذا الحد بالنسبة للدول النامية. فإنه بالإضافة إلى هذه البرامج المحلية، يتصور "أنطوني سميث" (Anthony SMITH) أن الغزو الأجنبي يمكن أن يحدث دون أن نشعر، وذلك عندما يتم تدريب الفنيين في أمريكا ، أو في أي دولة أخرى متقدمة صناعيا، بل وعندما تمد هذه الدول المتقدمة دول العالم النامي بالمعدات لمثل هذه الصناعة(٦).

ولكن، ما يهمنا نحن في هذا الموضوع، هو العنصر البشري، حيث يؤكد "تانستول" (Jeremy TUNSTALL) على ما قاله "سميث" ، ويضيف أن هؤلاء الأشخاص الذين يدربون في الدول المتقدمة يواجهون أبناء جلدتهم في أوطانهم بكل ثقل ثقافتهم الأجنبية التي

(1)Wilson DIZARD.– "Television, A World Views". Syracuse University Press, New York, 1966. Paraphrasé in: W. SCHRAMM & D. LERNER (ed.).– Communication and Change . *Op. Cit.*

(2)Colombia Broadcasting System.

(3)Warren AGEE, PHILIP AULT& Edwin EMERY.– **Introduction to Mass Communication.** 7th Ed. Harper & Row Pub. New York , 1982.

(4)Frederick T. C. YU.– "Research Priorities in Development Communication". in : SCRAMM & LERNER, *Op. Cit.*

(5)Koyo HIDETOSHI.– "Global Instantaneousness and Instant Globalism: The Signification of Popular Culture in Developing Countries", in: SCHRAMM & LERNER. *Idem* .

(6) Anthony SMITH.– **The Geopolitics of Information:** How Western Culture Dominate the World . Faber & Faber Limited. Great-Britain, 1980.

يحملونها؛ فإذا كان على هؤلاء أن يقودوا بلادهم في طريق التنمية، فإنهم - بثقافتهم الأجنبية هذه - سيسلكون دروبا خاطئة بعد أن أصبحت الأفكار التي يؤمنون بها تتعارض مع ما هو سائد بين جماهيرهم، ويؤثر تكوينهم الفكري والثقافي على ما يقدمونه من برامج يدعون أنها "وطنية"، هذا إذا لم يستمروا في تقديم المواد الأجنبية صراحة(١).

> تأصيلا على ما سبق، يمكننا أن نطرح الفرض التالي: التليفزيون في الدول النامية يعرض دائما قيما أجنبية في برامجه، سواء في ذلك عن طريق البرامج المستوردة أو من خلال تلك البرامج التي تسمى بالبرامج الوطنية المحلية وخاصة ذات المضمون الترويحي.

ولقد استندنا في صياغة هذا الفرض، كما لمس القارئ، على ما كتبه بعض المهتمين بهذا الموضوع، بالإضافة إلى ما شاهدناه خلال زياراتنا لبعض الدول ومتابعتنا لبرامجها على الشاشة الصغيرة.

وعند فحص برامج التليفزيون المصري في عام ١٩٨١م(٢)، أثبت التحليل الذي قمنا به صحة هذا الفرض مؤيدا عدة محاولات قمنا بها خلال سنوات عديدة من البحوث المتواصلة، وهذا يجعلنا نرفع إصبع التحذير منبهين المسئولين إلى ضرورة وضع حد لهذا الموضوع لخطورته، ولكي يكون لتليفزيون مصر هوية خاصة به تميزه عن غيره من تليفزيونات الدول الأخرى.

والخطورة التي تكمن وراء بث قيم أجنبية على شاشات التليفزيون القومي ترجع إلى أن الفرد في الدول النامية ، وهو في الغالب إنسان أمي وريفي... إذا حاولنا رسم صورة نمطية له، "كليشيه"، هذا الإنسان، سوف يشعر في يوم ما بأن التليفزيون قد أهمله، وأنه لا يهتم بمشاكله (والتليفزيون هنا يمثل الدولة التي ينطق باسمها)، والتليفزيون كما هو معروف يضفي مكانة على الأشخاص وعلى الأشياء التي تظهر على شاشته(٣)، بل وستصور هذا الشخص أن المجتمع يتجاهله، ولا يشعر به، أي أنه يعيش مُهمشا في هذا المجتمع ، وهذا من شأنه أن يجعل هذا الإنسان يفقد الدافع للمساهمة فيه (Participation)، فلا يتعايش مع مجتمعه، بل ولا مع أسرته فهي وحدة من هذا المجتمع الذي ينبذه، فلا يندمج فيه. وهذا يعني أننا سوف نجد أنفسنا في يوم ما أمام مجتمع فقد أهم خصائص مفهوم كلمة "مجتمع"، وتفسخت أهم مقوماته، وهو الانسجام والتجانس. وقد يدعونا هذا لطرح عدة قضايا جديدة بالدراسة المتأنية والواعية المتعمقة، عن الوظائف غير المرغوب فيها في التأثير السلبي للتليفزيون على مستوى المشاركة السياسية.

(ت) الوظائف غير المرغوب فيها لوسائل الإعلام على المستوى السياسي

موضوع الوظائف غير المرغوب فيها لوسائل الإعلام والتي يمكن أن يكون لها تأثير سلبي، بل هي في حد ذاتها تأثير سلبي لوسائل الإعلام بصفة عامة، والتليفزيون هنا بصفة

---

(1) Jeremy TUNSTALL.– **The Media are American:** Anglo American Media in the World . Constable, 2d. Ed. . London, 1978.
- Anthony SMITH. ***Op. Cit.***

(٢) انظر كتابنا : "المسئولية الاجتماعية للتليفزيون في الدول النامية" (باللغة الفرنسية) . **مرجع سابق.**

(٣)استغلت الإعلانات التجارية في فرنسا هذه النقطة ، وأصبحنا نقرأ على المنتجات التي تروج لها على شاشة التليفزيون جملة "شوهد على شاشة التليفزيون" (*Vu à la télé*) .

خاصة ، وعلى المستوى السياسي بوجه خاص، يحتاج لدراسات مستفيضة أشرنا إليها سابقا إلا أننا سوف نكتفي هنا بتحديد رؤوس أقلام في هذا الخصوص.

١ ـ الشك السياسي (Cynisme)

ويظهر هذا الجانب من تأثير وسائل الإعلام في احتقار الفرد العرف والتقاليد والرأي العام والأخلاق الشائعة، كما يظهر في تسفيه العمل السياسي وعدم الثقة في رجال الحركة السياسية ولا في أولي الأمر...

٢ ـ عدم المبالاة والخمول (Apathy)

ويتمثل في عدم الاهتمام بالأفراد أو المواقف أو الظواهر، وفي عدم الاعتراف بالمسئولية الشخصية أو تحملها ، وكذلك في فقدان الشعور والحساسية بعواطف الآخرين...

٣ ـ الاغتراب (Anomie)

وهو شعور الفرد بأن المجتمع والسلطة لا يحسان به ولا يعنيهما أمره، وبأنه مزدرى من هذا المجتمع ولا قيمة له فيه ، ومن شأن هذا الشعور أن يؤدي إلى فقدان الفرد الحماس والدافع للمشاركة الفعالة...، هذا وقد ربط بعض الباحثين بين حالة الاغتراب هذه وبين الشخصية المتسلطة، مما قد يفسر ظهور بعض الجماعات المتطرفة على مستوى العالم النامي بوجه خاص في النصف الثاني من القرن العشرين. وفي هذا يفسر الباحث الأمريكي "دانييل ليرنر" ما يحدث في العالم النامي من ثورات بأن ذلك يرجع إلى انتشار وسائل الإعلام في هذه الدول النامية، وبخاصة التليفزيون. فقد أدت وسائل الإعلام إلى انفتاح شعوب هذه الدول على العالم ومعرفتها لما يعيشه أبناء الدول المتقدمة ، ومقارنة شعوب الدول النامية حالها بحال هؤلاء الذين يعيشون في دول ديمقراطية متقدمة، وهذا أدى إلى خلق نوع من التطلعات لدى شعوب الدول النامية من الصعب إشباعها في ظل الظروف الاقتصادية والسياسية... التي تعيش فيه هذه الشعوب . ويقول ليرنر ـ ونحن نتفق معه ـ *"إن عدم إشباع هذه التطلعات هو السبب الذي يفسر اندلاع هذه الثورات في الدول النامية"*.

٤ ـ التبعية (Alienation)

مفهوم التبعية من وجهة نظرنا يعني فقدان الفرد لحريته، لذاته، وذلك بسبب عوامل خارجية، اقتصادية وسياسية...، وبذلك فإن حالة التبعية هذه تعتبر رد فعل لحالة الاغتراب السابق الإشارة إليها، وذلك عندما يعتقد فرد أن السياسة ـ أو الحكومة ـ في بلده يسيّرها آخرون لصالح جماعات معينة، وأن هذا يتم على أسس وقواعد غير عادلة ، فتكون النتيجة أن يصبح الفرد أسيرا وعبدا لبعض الأفكار الخاطئة، هذا إذا لم تأسره تيارات معادية لقيم المجتمع والتي يمكن أن يتبناها هذا الفرد ويتبعها دون وعي...

(ث) مجابهة الغزو الأجنبي في تليفزيون الدول النامية

إذا كنا تكلمنا هنا عن السيطرة الأجنبية، خاصة الأمريكية على سوق البرامج الترويحية مثل المسلسلات والأفلام وما شابهها، فلقد أكد مؤلف كتاب "وسائل الإعلام أمريكية" (The Media are American) أنه يكفي لتأكيد سيطرة القيم الأمريكية على الأخبار أيضا أن نعرف كيف

تعمل وكالات الأنباء العالمية؛ فعلى الرغم من وجود وكالات وهيئات يمكنها أن توفر تبادل الأخبار بصورة متوازنة ومتكافئة بين الدول، إلا أن تدفق الأخبار - كما سبق وأشرنا - يتم في اتجاه واحد[١].

وقد شغلت ظاهرة تدفق الإعلام في اتجاه واحد باحثين في دول كثيرة ، وأكدت مجموعة من الباحثين في فنلندا وجود هذه الظاهرة[٢]، والتي اهتمت بدراستها أيضا "سيمون كورتكس" في فرنسا، والتي تطالب بأن يبقى التليفزيون نافذة مفتوحة على العالم، لأن ذلك - كما تقول - يساعد على تدعيم التفاهم العالمي[٣].

ولكننا نرى أن هذا التفاهم العالمي - وكم هي أمنية جميلة - والذي تنادي به كورتكس، لا يمكن أن يتم عن طريق التليفزيون، ما دام هذا التدفق الإعلامي يسير في اتجاه واحد. بل إن هذه البرامج الأجنبية - إذا افترضنا صحة الفرض الذي طرحناه سابقا - لا تساعد على تدعيم التفاهم بين أفراد الوطن الواحد، وهو الذي يجب أن يشغل علماء الاجتماع بالدرجة الأولى في الدول النامية.

وهنا نطرح فرضا مفاده أن التليفزيون في دول العالم الثالث يخدم الصفوة التي تعيش في المدن ، وهو فرض أثبتت صحته دراسات سابقة قمنا بها ، والدليل على ذلك مثلا أن افتتاح القناة الثالثة في مصر في السادس من أكتوبر عام ١٩٨٥م لكي تخدم سكان العاصمة وضواحيها أولا قبل التفكير في إنشاء قنوات محلية تخدم محافظات أخرى في حاجة أكثر لبرامج تنموية أكثر من العاصمة ، والتي تقيم فيها الصفوة على المجال السياسي والثقافي والاقتصادي...

وقد تم التفكير في بداية عام ٢٠٠١م في ضرورة وصول البث التليفزيوني لمصر إلى وسط شبه جزيرة سيناء والتي يصلها بث التليفزيون الإسرائيلي (وكان البث التليفزيوني - الفضائي - قد وصل إلى جنوب سيناء والتي لا يصلها البث الأرضي بسبب وجود عوائق طبيعية متمثلة في الجبال التي تعوق سير الموجات المستخدمة في البث التليفزيوني[٤][٥]، وذلك بإقامة محطة أرضية تستقبل بث القناة الفضائية المصرية عبر القمر الصناعي وتحويل هذا البث القمري إلى بث تليفزيوني يمكن للمشاهد في هذه المنطقة استقباله بالاستعانة بهوائي عادي من الهوائيات السُلمية لالتقاط البث التليفزيوني، وذلك لصعوبة وصول القناة الأولى إلى هذه المنطقة بسبب وجود الجبال التي تعوق إقامة محطات تقوية)، هذا وسوف يستمر الوضع طويلا حتى تستطيع الدول النامية أن يكون لها أجهزتها الكاملة التي تنطلق من مفاهيم وطنية.

وإذا كنا نطالب بحاجة الدول النامية إلى وكالات خاصة بها للأنباء، وفريق متمرس في هذا المجال، فإن الدول النامية في حاجة إلى الوقت الكافي لإعداد المؤلفين والفنيين والكوادر في تخصصات متعددة، وكل ذلك يتطلب تقنية عالية متطورة تتوقف على توافر حد أدنى من

---

(1)J. TUNSTALL.– *Op. Cit.*

(2)K. NORDENSTRENG & VARIS.– **La télévision circule-t-elle à sens unique?** Etudes et Documentation d'Information, No. 70, UNESCO. Paris, 1974.

(3)Simone COURTEIX.– Télévision sans frontière. ***Op. Cit.***

(٤) للاستزادة ، ارجع إلى كتابنا: **الإعلام الدولي عبر الأقمار الصناعية**

(5)Jacques MOUSSEAU.– "les enfants et la télévision". *in*: **Communication et langages,** 30, 1976.

الموارد الطبيعية والمالية والكفاءات، "بنية تحتية أساسية" (Infrastructure) قوية، والتي لا تتوافر في بلاد كثيرة من دول العالم الثالث.

وفي حالة نجاح إحدى الدول النامية في تطوير خدماتها التليفزيونية، فإنها لن تصل إلى مستوى منافسة الدول المتقدمة صناعيا، والتي تتقدم هي أيضا ولكن بخطى أوسع وأسرع، أي أن الفجوة ستستمر - إن لم تتسع - بين الدول المتقدمة والدول النامية كما سبق وذكرنا، لأن كل خطوة تتقدمها الدول النامية تقابلها خطوات من قِبل الدول المتقدمة الصناعية، والتي تتوافر فيها كل المقومات اللازمة للتقدم في الطريق الصحيح، ابتداء من الاستقرار السياسي إلى المستوى التقني المتطور والذي هو من نتاج هذه الدول، إلا أن هذا لا يجب أن يجعلنا نستسلم للطوفان. وما نقصده من ذكر هذه الحقيقة هو أن نعرف تماما الجهد الذي يجب أن نبذله إذا كنا فعلا ننشد التقدم والتطور. والحل موجود بين أيدينا، وسنضرب لذلك مثلا يمكن الاستعانة به في شتى المجالات المتعلقة بالتنمية، والمثال الذي نطرحه هنا نابع من الموضوع الذي نناقشه في هذه السطور والخاص بالغزو الثقافي الأجنبي في برامج التليفزيون.

فلكي تستطيع الدول النامية مجابهة الدول الصناعية وخاصة الولايات المتحدة في مجال الإعلام ، والذي يهدد الثقافة الوطنية، كان على هذه الدول أن توحد جهودها. ولقد ظهرت البادرة الأولى فعلا عام ١٩٧٦م عندما أصبح لدول عدم الانحياز وكالة للأنباء خاصة بها بهدف توسيع حجم تبادل الأخبار. ولكن، مؤلف كتاب "وسائل الإعلام في روسيا" والذي أصدرته "وكالة نوفستي للأنباء" يقول إن العمل في هذه الوكالة الجديدة لدول عدم الانحياز تواجهه صعوبات كثيرة على المستوى التقني والسياسي[1].

والمشاهد، أن وكالات الأنباء لا تنتشر في الدول النامية. فحتى الآن، يمكننا حصر الدول النامية التي تمتلك وكالات للأنباء. إلا أن هذه الوكالات ذات نشاط محدود جدا، فليس لهذه الوكالات الأفريقية مندوبون خارج الحدود الإقليمية، أي أنها تعتمد تماما - كما يقول سميث - على وكالات الأنباء الغربية، وهذا يعني أن الأنباء المتبادلة بين الدول النامية تمر من خلال الوكالات العالمية، "الأمبريالية"، التي تترك بصماتها على المواد المتبادلة. ونحن نتفق هنا مع رأي بعض الباحثين الذين يفترضون أن وكالات الأنباء العالمية، التي تتخذ مقرها الرئيسي في إحدى الدول الكبرى، تصبغ الأخبار التي تقوم بترويجها باللون السياسي للدولة التي تعمل داخلها، والتي تساندها بدرجة أو بأخرى.

وقد تسمح الظروف لإحدى وكالات الأنباء بتغطية بعض الأحداث، كما هو الحال مثلا بالنسبة لمحاولة الاعتداء على بابا الكنيسة الكاثوليكية عام ١٩٨١م، وعندئذ تضطر أجهزة الإعلام المختلفة، محطات التليفزيون والراديو والصحافة، إلى تبني الأخبار التي تصلها بوساطة هذه الوكالة مباشرة في حالة ما إذا كانت هذه الأجهزة مشتركة في خدماتها، أو بطريق غير مباشر بوساطة وكالة أخرى ينتمون إليها، بالرغم من رغبة هذه الأجهزة وحسن نيتها في البقاء على الحياد الذي تفترضه بالنسبة للإذاعة والصحافة ووكالات الأنباء في الدول النامية.

ويربط مؤلف كتاب "وسائل الإعلام في روسيا" والسابق الإشارة إليه، يربط بين إنشاء وكالة أنباء دول عدم الانحياز وبين ظهور "لجنة حرية الصحافة العالمية" التي يتشكك مؤلف الكتاب في نواياها، خاصة أن مقرها الرئيسي في الولايات المتحدة حيث توجد المؤسسات الصحفية الكبرى والشبكات التليفزيونية.

---

(1) Mass Media en URSS.– *Op. Cit.*

أما عن وكالات عدم الانحياز، فإنها تحاول دائما أن تجمع جهودها من أجل تعاون أفضل، وخاصة في مجال الأخبار. والدليل على ذلك، اللقاء الذي تم بين رؤساء هذه الوكالات في دمشق في الفترة من ١٤ إلى ١٦ أبريل عام ١٩٨٠م وكانوا يمثلون ٢٢ دولة، ١٥ منها دول عربية، وسبع دول من أمريكا اللاتينية، واشترك في هذه الندوة بعض المراقبين من الجامعة العربية ووكالات الأنباء. وقد أوصى المجتمعون في هذه الندوة بضرورة التعاون الثنائي بين وكالات الأنباء في الدول العربية وفي أمريكا اللاتينية، كما طالبوا أيضا بالاهتمام بإنشاء وكالات وطنية في الدول التي ليس لديها وكالات رسمية.

ويبدو أن دول العالم الثالث قد فهمت أهمية الإعلام، وبدأت تطالب بتحقيق تبادل عادل ومتكافئ في هذا المجال، وهذا من حقها، كما أن من واجبها الآن أن تضع حدا لما أطلق عليه الرئيس الفنلندي "ايرو كيكونين" (Eurho KEKKONEN) مصطلح "أمبريالية الإعلام"، والذي يعني هنا سيطرة وكالات الأنباء وشركات الراديو والتليفزيون العالمية على الحياة الثقافية في الدول النامية. ونحن نتفق تماما مع أعضاء ندوة دمشق في أن وسائل الإعلام من الصعب أن تتصف بالموضوعية وبالحياد، حتى لو ادعى أصحابها والعاملون بها غير ذلك. ومؤلف كتاب "وسائل الإعلام في روسيا"، الذي لم يشر لا من قريب ولا من بعيد إلى دور وكالة "تاس" السوفييتية للأنباء في مجال تبادل ونقل الأخبار، يقول هذا الكاتب *"إن الدول الإمبريالية قد انتهزت فرصة ضعف وسائل الإعلام في الدول النامية لكي تتغلغل في هذه البلاد وتحقق بذلك نصرا إيديولوجيا بفرض إعلامها على دول أمريكا اللاتينية وآسيا وأفريقيا"*. ويتهم هذا الكاتب أيضا إعلام الدول الغربية بأنه يتسبب في إفساد الحياة العالمية، وبأنه يعطي صورة مشوهة للأحداث التي تقع في الدول الاشتراكية وفي دول العالم الثالث. والمثال الذي يسوقه في هذا الخصوص ما تقوم به وكالات الأنباء الأربعة، رويتر ووكالة الأنباء الفرنسية واليونيتدبرس والأسوشيتدبرس، والتي تقوم وحدها بنقل ٤٥ مليون كلمة يوميا في ١١٠ دول في العالم ، والمشاهد أن ٧٠ % من الأخبار التي تنشرها الصحف في أمريكا اللاتينية مصدرها وكالات الأنباء الأمريكية وخاصة اليونيتدبرس والأسوشيتدبرس، وإن كانت هذه الأرقام قد تختلف الآن بعد انتشار القنوات الفضائية...، والتي تستعين بموضوعاتها الصحافة والإذاعة أيضا، ونذكر القارئ هنا بالدور الذي لعبته "السي إن إن" (CNN) في حرب الخليج عندما اجتاحت القوات العراقية الكويت، ولم يسمح الرئيس صدام بوجود إعلاميين إلا ممن يعملون في هذه القناة الأمريكية، والتي كانت المصدر الوحيد لكل وسائل الإعلام يستقون منها الأخبار عن تلك الحرب، والكل ينقل وجهة نظر هذه القناة، سواء نحن العرب أو أي دولة نامية أخرى ، أو دولة شرقية، أو حتى بالنسبة للدول الأوربية...

وبطبيعة الحال، لا يختلف الوضع بالنسبة للتليفزيون عن الصحافة المطبوعة. حيث تشير إحدى الدراسات إلى أنه في عام ١٩٧٠م مثلا، كانت الولايات المتحدة مصدرا لثلاثة أرباع أخبار التليفزيون في العالم . وتُشكل الولايات المتحدة مع أوربا المصدر لتسعة أعشار هذه المواد. وقد ساعد استخدام الأقمار الصناعية في مجال التليفزيون في زيادة حدة التدفق الإعلامي في اتجاه واحد.

وتشير الإحصائيات كذلك إلى أن هناك حوالي أربعين دولة من الدول النامية تفتقد وجود وكالة وطنية للأنباء فيها، كما أن هناك ثلاثين دولة لا تستطيع إنتاج مواد تليفزيونية، ولا تقوم ببثها، لأن ذلك يتطلب مستوى تقنيا لا يتوافر في هذه الدول، كما يتطلب أيضا حدا أدنى من "الموارد البشرية والمادية" ودرجة من الاستقرار السياسي داخل الدولة.

وفي البلاد العربية، تشير الدراسات إلى وجود حوالي عشر وكالات للأنباء، يمكن أن نقول إن خمسا منها فقط تقوم بنشاط عالمي. ومن بين وكالات الأنباء العربية النشطة يمكننا أن نذكر اسم وكالة أنباء الشرق الأوسط ومقرها الرئيس في القاهرة، ولهذه الوكالة مندوبون في حوالي إحدى عشرة دولة عربية وفي العواصم الأوربية.

وهناك اتحاد يضم الدول العربية وينظم عملية تبادل البرامج الإذاعية بين الدول الأعضاء. وظهور اتحاد الإذاعات العربية والذي يعرف بالمختصر الإنجليزي لاسمه "ASBU" (Arab States Broadcasting Union) يرجع إلى ٩ فبراير عام ١٩٦٩م عندما أعلن ممثلو هيئات الإذاعة والتليفزيون المجتمعون في مدينة الخرطوم عن "*أمانيهم في أن تلتقي بلدان العالم العربي لما فيه خير العمل الإذاعي، وأن تتوحد جهودها في تنسيق هذا العمل بما يكفل الارتباط الوثيق بين كل إذاعة وأخرى ويحقق الوحدة الإذاعية المنشودة في الوطن العربي*". وقد اتخذ اتحاد الإذاعات العربية مقره الرسمي في القاهرة واستمر هذا الوضع حتى زيارة الرئيس الراحل السادات للقدس (ويمكن تفسير ذلك إذا عرفنا أن هذا الاتحاد يتبع جامعة الدول العربية التي تتبناه وتشرف عليه).

وبعض الدول الأعضاء في اتحاد الإذاعات العربية، أعضاء في منظمات وهيئات عالمية وإقليمية، مثل اتحاد الإذاعات الأفريقية واتحاد الإذاعات الأسيوية واتحاد الإذاعات الأوربية...، ويشاركون من خلال الخدمات التليفزيونية في نشاطات هذه الاتحادات، كما هو الحال بالنسبة للتليفزيون المصري مع شبكة "اليوروفيزيون" التابعة لاتحاد إذاعات الدول الأوربية، كما تشترك بعض هيئات الإذاعة في دول أخرى غير عربية في اتحاد الإذاعات العربية كأعضاء منتسبين مثل هيئة الإذاعة والتليفزيون الإسبانية وهيئة الإذاعة الباكستانية وهيئة التليفزيون الباكستانية وهيئة الإذاعة والتليفزيون الفرنسية وهيئة الإذاعة والتليفزيون اليوغسلافية...[1]. وتجدر الإشارة هنا، إلى أن اتحاد الإذاعة والتليفزيون المصري عضو عامل في الاتحادات والهيئات التالية:

- اتحاد إذاعات الدول العربية (ASBU)
- اتحاد هيئات الإذاعة والتليفزيون القومية والأفريقية (URTNA)
- منظمة إذاعات الدول الإسلامية (ISBO)
- اتحاد إذاعات الدول الأسيوية (ABU)
- الجمعية الدولية للإذاعة والتليفزيون (URTI)
- مركز البحر المتوسط للاتصالات السمعية والمرئية (CMCA)
- المؤتمر الدائم للوسائل السمعية والبصرية في حوض البحر المتوسط (CO.PE.AM.)
- مركز البحر المتوسط للاتصالات السمعية والبصرية [2](CMCA)

(١) للاستزادة، ارجع إلى كتابنا: **الإعلام الدولي عبر الأقمار الصناعية**.

(٢) للاستزادة، ارجع إلى: **الكتاب السنوي** ٢٠٠١-٢٠٠٢، اتحاد الإذاعة والتليفزيون.

المبحث العاشر
التليفزيون المصري: دراسة مقارنة

أولا - الإرهاصات والتطور

سبق وذكرنا أن التليفزيون المصري قد بدأت برامجه بصفة منتظمة مع أعياد ثورة يوليو عام ١٩٦٠م، وكانت تجارب التليفزيون قد بدأت قبل ذلك بسنوات في الثالث من مايو عام ١٩٥١م. وقد بدأ التليفزيون المصري إرساله المنتظم على قناة واحدة في ٢١ يوليو ١٩٦٠م، وبعد سنة بدأ الإرسال على قناة ثانية في ٢١ يوليو أيضا[١]، وقناة ثالثة ألغيت وأعيد تشغيلها من جديد في السادس من أكتوبر عام ١٩٨٥م...[٢]، ثم توالى بعد ذلك إنشاء القنوات الهيرتزية"[٣] التي أضحت شبكة أرضية تضم ٢٤٢ محطة في خمس مناطق رئيسية للإرسال (في حين وصل عدد محطات الإذاعة المسموعة ٢٥٩ محطة)[٤]. ويغطي إرسال هذه الشبكة الأرضية "الهيرتزية" للتليفزيون شمال الوادي وجنوبه فيما عدا بعض "جيوب ضعيفة" يصلها الإرسال التليفزيوني الفضائي عن طريق محطة أرضية ولا يصلها البث الأرضي الهيرتزي، مثل منطقة جنوب سيناء، وهناك مشروع يهدف إلى توصيل قنوات التليفزيون القومي، القناة الأولى والثانية، إلى مناطق لا يصلها بث الشبكة الأرضية حاليا، من مرسي مطروح إلى السلوم[٥]، ووصل عدد ساعات الإرسال التليفزيوني عام ٢٠٠١-٢٠٠٢م إلى ٤٩٧٩٧ ساعة و١١ دقيقة بمتوسط يومي ١٣٦ ساعة و٢٦ دقيقة.

وخلال العام نفسه، ٩٩/٩٨، ارتفع إجمالي البث التليفزيوني في مصر إلى ٥٢٣٣٥ ساعة و٢٤ دقيقة بزيادة قدرها ٣٦٥٤ ساعة و ٢٦ دقيقة عن العام الذي سبقه، ووصل المتوسط اليومي للإرسال التليفزيوني في تلك الفترة إلى ١٤٣ ساعة و٢٣ دقيقة، وذلك فقط بالنسبة للقنوات الأرضية من الأولى إلى الثامنة.

وعن نوعية البرامج التي تم بثها في الفترة ذاتها، تأتي البرامج الترفيهية في المقدمة بنسبة ٤٠,١٢% مقابل ١٤,٥٨% للبرامج الإعلامية، و٨,٦٧ % فقط للبرامج الثقافية...، ووجدنا اهتماما من القناة المحلية الثامنة أكثر من غيرها من القنوات الأرضية الأخرى بالبرامج الثقافية التي تستغرق ٧٠٣ ساعة و١٣ دقيقة من خريطة إرسالها (وهذا لا ينفي أن البرامج الترفيهية نسبتها على هذه القناة الثامنة، ٣٢,٦٠% أكثر من أي مادة أخرى)، بينما قدمت القناة الأولى في الفترة نفسها برامج ثقافية في زمن قدره ٤١٥ ساعة وثمان دقائق، وبقية القنوات تتراوح عدد ساعات البرامج الثقافية فيها بين عدد الساعات بالنسبة للقناة الثامنة والقناة الأولى. هذا وتأتي

---

(١) بدأت الأولى رسميا في ٢٣ يوليو ١٩٦٠، والثانية في ٢١ يوليو ١٩٦١، والثالثة في ٦ أكتوبر ١٩٨٥، والرابعة في ٦ أكتوبر ١٩٨٨، والخامسة في ١٢ ديسمبر ١٩٩٠، والسادسة في ٢٩ مايو ١٩٩٤، والسابعة في ٢٩ يوليو ١٩٩٤، والثامنة في ٣١ مايو ١٩٩٦

(٢) اتحاد الإذاعة والتليفزيون .**الكتاب السنوي ٩٩/٩٨ ١٩٩م** .

(٣) للاستزادة ، ارجع إلى : كتابنا الاتصال عن بعد (**مرجع سابق**) .

(٤) اتحاد الإذاعة والتليفزيون . **الخطة الإعلامية العامة ٢٠٠٠/٢٠٠١م** .

(٥) من خلال ما ينشر في الصحف .

القناة الثالثة في مقدمة القنوات بالنسبة للزمن الذي خصصته في الفترة المشار إليها للبرامج الترفيهية، والقناة الأولى بالنسبة للمواد الإعلامية ، وكذلك بالنسبة للبرامج الدينية.

تطور متوسط عدد ساعات البث اليومي بالنسبة للقناتين : الأولى والثانية

القناة	تاريخ بدء التشغيل	٨٢/٨١	٩٩/٩٨
		ق . س	ق . س
الأولى	١٩٦٠/٧/٢١	١٣,٠٥	٢٢,٢٣
الثانية	١٩٦ /٧/٢١	١١,٣٩	٢٢,١٦
الإجمالي		٢٤,٤٤	٤٤,٣٩

ثانيا - خريطة برامج التليفزيون في بعض الدول النامية

النسب المئوية لفئات برامج التليفزيون في ثمان دول
(عام ١٩٧٧م)

الدولة	فئات البرامج				الإجمالي
	ترفيهية%	إعلامية%	ثقافية%	أخرى%	%
المغرب	٤٨,١٢	٢٦,٦٦	٢٥,٢١	-	١٠٠
كوت دي فوار[١]	١٥,٩	١٧	٦٤,٨	٢,٣	١٠٠
العراق	٥٠,٧٣	١٥,١٥	١٢,٠٣	٢٢,٩	١٠٠
أندونيسيا	٢٠,٠٠	٣٠	٤٨	٢	١٠٠
بنما	٧٦,٤	٢١,٩	١,٧	-	١٠٠
كوبا	٦٧,٢	٢٤	٧,٧	١,١	١٠٠
رومانيا	٤٧,٢	٣٨,٧	١٣,٦	٠,٥	١٠٠
إسبانيا	٤٠,٢	٣٤,٢	١٨,٨	٧,٨	١٠٠

ثالثا - الشبكة الأرضية الهيرتزية للتليفزيون المصري

(أ) خريطة برامج الشبكة الأرضية

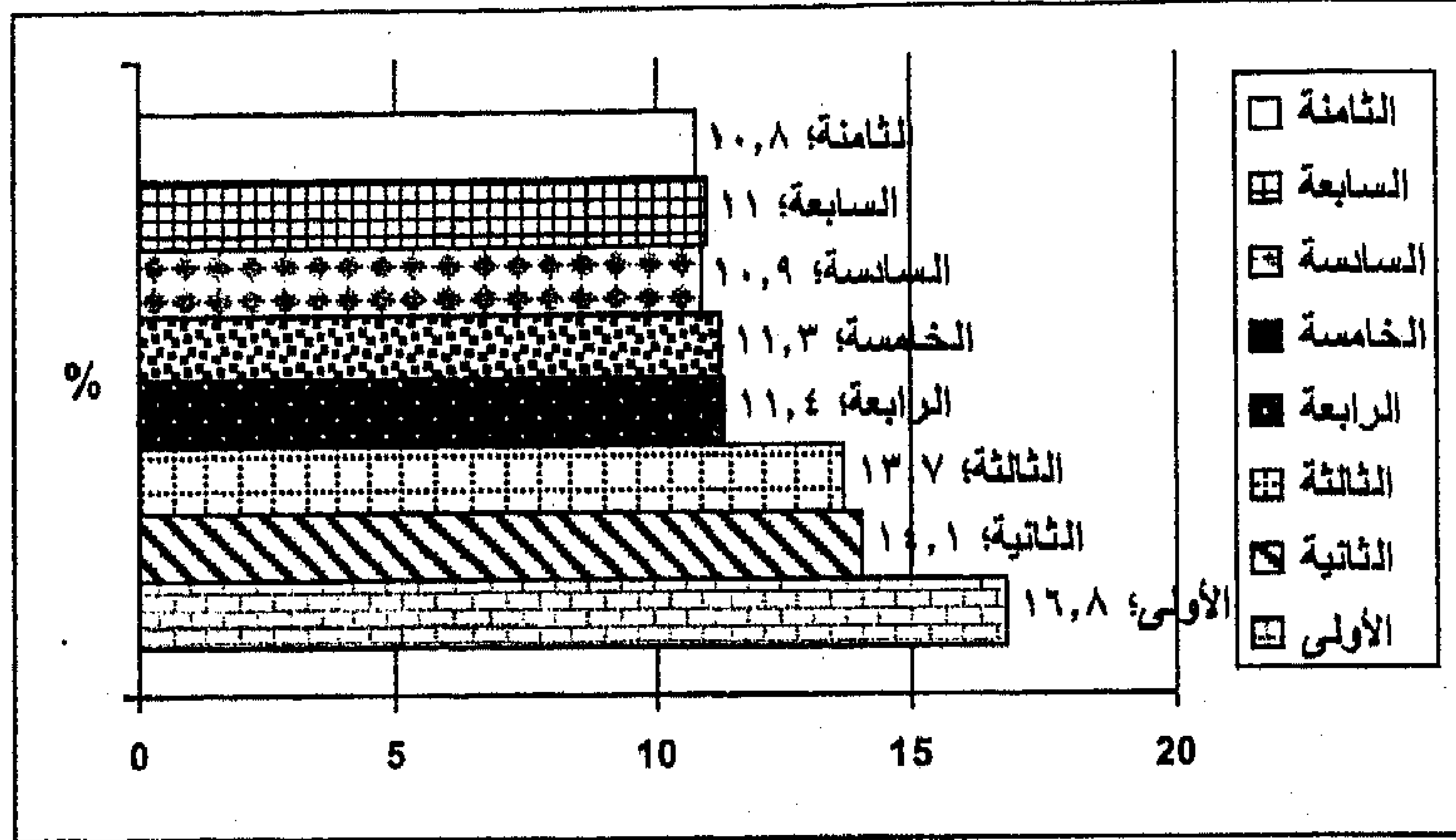
تضم الشبكة الأرضية للتليفزيون المصري ثمان قنوات منها ست قنوات إقليمية هي القنوات من الثالثة إلى الثامنة (على الترددات UHF)، وهي وإن كان بعضها قنوات إقليمية، إلا أن بث كل هذه القنوات الإقليمية قد امتد فترة وتخطى فيها حدود إقليمها، هذا إلى جانب خروجها على القمر الصناعي، إلا أن ذلك لم يدم طويلا، حيث حل محلها على الشبكة الأرضية قنوات أخرى متخصصة ، واقتصر بث هذه القنوات الإقليمية لكي تغطي المساحة المستهدفة منها إلى جانب وصول بثها عبر القمر الصناعي إلى من يرغب في متابعتها في مصر من خارج الإقليم. وبذلك، فإن كل القنوات الإقليمية وقناة النيل الدولية والقناة الثانية (مشفرة) إلى جانب القناة الفضائية المصرية وكل القنوات المتخصصة تخرج على القمر الصناعي نايل سات مكونة شبكة

(١) تشير بعض الدراسات إلى أن التليفزيون في كوت دي فولر (ساحل العاج) قد استخدم البرامج التعليمية بنجاح . انظر:

- Dominique DRESOUCHES . – Information et développement en Côte d'ivoire . **Th. Cit.** :
- ولكن دراسة أحدث أشارت إلى فشل تجربة التليفزيون التعليمي في كوت دي فوار . انظر
- Eloï OULAI . – L'information radiodiffusée en Côte d'Ivoire . **Mémoire** pour le diplôme Universitaire et Technologie : Option Communication . Uniyersité de Bordeaux III . I.U.T. , 1982 .

فضائية تسمح بوصول بث هذه القنوات إلى مناطق الجيوب الضعيفة في مصر والتي تتخطاها الإشارة التليفزيونية الأرضية لوجود موانع جغرافية بالدرجة الأولى مثل جنوب سيناء، هذا إلى جانب تخطيها الحدود، خصوصا عندما نعرف أن بعض هذه القنوات يستعين بأكثر من قمر، وهذا يسمح لها بأن تصل ببرامجها إلى دول بعيدة عنا جغرافيا، مع ملاحظة أنه قد تم تقنين عدد ساعات البث بالنسبة لبعض القنوات المصرية حيث أصبحت لا تعمل على مدار الساعة.

١- توزيع عدد ساعات البث لقنوات التليفزيون المصري في الفترة من ٢٠٠١ - ٢٠٠٢م



نسبة ساعات بث قنوات التليفزيون المصري

٢- البرامج التي يقدمها التليفزيون المصري على الشبكة الأرضية الهيرتزية

يبث التليفزيون المصري نوعيات مختلفة من البرامج ، حيث يلاحظ أن المادة الترفيهية تحتل نسبة تفوق مجموع ما هو مخصص للبرامج السياسية والإخبارية وهذا يشير إلى الوظيفة الترفيهية للتليفزيون المصري أكثر من الوظائف الأخرى . وتشير الإحصائيات الرسمية التي نشرها اتحاد الإذاعة والتليفزيون إلى أن جملة ساعات إرسال البرامج الترفيهية الترفيهية والمنوعات كانت (٢٠٠١-٢٠٠٢م) ١٨٠٥٧ ساعة و٢٨ دقيقة بنقص ٣٦٠٢ساعة و ٣٠ دقيقة عن العام الذي سبقه ، وبمتوسط يومي ٤٩ ساعة و٢٨ دقيقة بنقص ٩ ساعات و٥٣ دقيقة يوميا عن عام ٢٠٠١-٢٠٠٠م . وقد بلغ عدد ساعات البث بالنسبة للبرامج السياسية والإعلامية خلال عام ٢٠٠١-٢٠٠٢م ٦٤٦٩ ساعة و٣٦ دقيقة ، بنقص ١٧٥٥ ساعة و٤٧ دقيقة عن عام ٢٠٠٠-٢٠٠١م ، وبلغ المتوسط اليومي لساعات الإرسال ١٧ ساعة و٤٣ دقيقة ، بنقص أربع ساعات و٤٩ دقيقة يوميا عن عام ٢٠٠٠-٢٠٠١م . ولكن يلاحظ من الإحصائيات أيضا أن البرامج الثقافية قد زاد عدد ساعات إرسالها ؛ فقد بلغت جملة ساعات إرسال البرامج الثقافية ٨٦٢٦ ساعة و ٣٧ دقيقة بزيادة ٤٤١٥ ساعة و ٢٩ دقيقة عن عام ٢٠٠٠-٢٠٠١م ، ووصل المتوسط اليومي للبرامج الثقافية ٢٣ ساعة و ٣٨ دقيقة بزيادة ١٢ ساعة و٦ دقائق يوميا ، وهذا اتجاه إيجابي للتليفزيون المصري .

٣- الاهتمام الذي توليه قنوات التليفزيون للبرامج المختلفة

من الإحصائيات الرسمية دائما، نجد أن القناة الأولى أكثر اهتماما بتقديم برامج سياسية وإخبارية عن بقية القنوات، حيث يخص القناة الأولى وحدها نسبة ٤٦,٩% من البرامج الإعلامية على عكس القناة الثانية التي يخصها أكبر نسبة من برامج الترفيه والمنوعات بنسبة ١٧,٣٩%.

نسبة البرامج السياسية والإعلامية موزعة على قنوات التليفزيون المصري

الأولى	٤٦,٠٩%	الثالثة	٤,٤٥%
الثانية	١٣,١٤%	الرابعة	١١,٩٥%
الخامسة	٦,٦٧%	السابعة	٤,٣٢%
السادسة	٨,٢٨%	الثامنة	٥,١%

وقد ارتفعت نسبة البرامج الثقافية عام ٢٠٠١-٢٠٠٢م عن عام ٢٠٠٠-٢٠٠١م بزيادة قدرها ٤٤١٥ ساعة و٢٩ دقيقة، وبلغ المتوسط اليومي لساعات إرسال البرامج الثقافية ٢٣ ساعة و٣٨ دقيقة. ويلاحظ هنا أن القناة الثالثة أكثر القنوات اهتماما بالبرامج الثقافية ولكن بفارق بسيط بينها وبين القناة الخامسة على النحو الموضح في الجدول التالي .

نسبة البرامج الثقافية موزعة على قنوات التليفزيون المصري

الأولى	٦,٦٨%	الثالثة	١٦,٥٨%
الثانية	١٢,٨٧%	الرابعة	١٢,٩٦%
الخامسة	١٥,٢٩%	السابعة	٥,٩٣%
السادسة	١٣,٥١%	الثامنة	١٣,١٨%

أما بخصوص البرامج الترفيهية ، فتأتي القناة الثانية في المقدمة ، تليها القناة الأولى على النحو التالي :

نسبة البرامج الترفيهية موزعة على قنوات التليفزيون المصري

الأولى	١٤,١٨%	الثالثة	١٤,٠٥%
الثانية	١٧,٣٩%	الرابعة	١٠,٠٩%
الخامسة	١٣,٠٣%	السابعة	١١,٣٧%
السادسة	١٠,٣١%	الثامنة	٩,٥٨%

٤- مكانة الترفيه على شاشات التليفزيون المصري

من خريطة البرامج لقنوات التليفزيون المصري، نلاحظ أن البرامج الترفيهية تأتي في المقدمة بالنسبة لكل القنوات فيما عدا القناة الأولى (حيث البرامج الترفيهية بالنسبة للقناة الأولى بنسبة ٣٠,٥٣% وتسبقها البرامج الإعلامية بنسبة ٣٥,٥٤%). أما بالنسبة للقنوات الأخرى، فالبرامج الترفيهية في القناة الثانية بنسبة ٤٤,٦٥%، وفي الثالثة بنسبة ٣٧,٢٩%، وفي الرابعة ٣٢,١% ، وفي الخامسة ٤١,٨٩%، وفي السادسة ٣٤,٢١%، وفي السابعة ٣٧,٤٢%، وفي الثامنة ٣٢,٣٢%، حيث يلاحظ من هذه الأرقام أن القناة الثانية أكثر قنوات التليفزيون المصري اهتماما بالبرامج الترفيهية كما ذكرنا من قبل.

تقسيم نسب ساعات الإرسال التليفزيوني
بحسب البرامج التي يبثها التليفزيون المصري

برامج التليفزيون المصري	المتوسط اليومي للإرسال دقيقة . ساعة	النسبة لإجمالي عدد ساعات الإرسال
المواد والبرامج الترفيهية	٤٩,٢٨	%٣٦,٢٦
البرامج الثقافية	٢٣,٣٨	%١٧,٣٢
البرامج السياسية والإعلامية	١٧,٤٣	%١٢,٩٩
البرامج الدينية	١٠,٥٠	%٧,٩٤
برامج الخدمات والتنمية	١٠,١٤	%٧,٥
برامج الطوائف	٩,٠٤	%٦,٦٤
برامج الأطفال	٨,٥٦	%٦,٥٥
البرامج التعليمية	٤,١٤	%٣,١١
الإعلانات	١,٢١	%٠,٩٩
قناة المعلومات	-.٥٧	%٠,٧

رابعا - خريطة برامج القنوات الفضائية

وكان الإرسال الرسمي لفضائيات مصرية قد بدأ في الخامس من سبتمبر عام ١٩٧٧م ولمدة ساعتين يوميا ، حيث كانت تعرض برامج منتقاة مما يقدم على القنوات الأخرى وبخاصة القناة الإخبارية (١).

وكان يُبث على تردد قناة النيل الدولية خلال الفترة التي يتوقف فيها إرسالها بث باسم "فضائيات مصرية"، وهي تعد قناة تليفزيونية تابعة لقطاع الفضائيات باتحاد الإذاعة والتليفزيون المصري. ومن القنوات التي استحدثت في التليفزيون المصري قناة "نايل سات"، وهي قناة مفتوحة تبث برامجها على تردد مستقل في شريحة الموجات القصيرة جدا "UHF" في الشبكة الهيرتزية الأرضية (القناة ٢٧)، وإرسالها يستمر لمدة ١٥ ساعة يوميا من العاشرة والنصف صباحا وحتى الواحدة والنصف بعد منتصف الليل، وهي تقدم بعض مختارات من القنوات المتخصصة التي تبث بالقمر الصناعي المصري "نايل سات".

أ - قنوات فضائية عامة غير متخصصة

١- القناة الفضائية المصرية الأولى ESC 1 (١)

من الجدير بالذكر هنا، أنه كان قد تم الاستعانة بالقمر الصناعي العربي لبث القناة الفضائية المصرية الأولى والتي بدأ إرسالها إبان حرب الخليج في ١٢ ديسمبر عام ١٩٩٠م(٣) ، وهي تبث على مدار الساعة، ٢٤ ساعة في اليوم، و٩٧% من برامجها حاليا من الإنتاج الخاص بها والباقي برامج مختارة مما تقدمه القناة الأولى. وتبث برامج هذه القناة الفضائية حاليا عبر تسعة

---

(١) للاستزادة ، ارجع إلى كتابنا : **قنوات فضائية في عالم ثالث** ، دار الفكر العربي

(٢) للاستزادة ، ارجع إلى : القناة الفضائية وأقمار الاتصال ، في كتابنا : قنوات للتليفزيون فضائية في عالم ثالث . *مرجع سابق* .

(٣) **المرجع نفسه**.

أقمار صناعية تغطي جميع دول العالم، إلى جانب تغطيتها لبعض مناطق داخل مصر لم يكن يصلها البث التليفزيوني للقنوات الهيرتزية الأرضية بسبب وجود عوائق لا تسمح بوصول بث القنوات الأرضية مثل الجبال بالنسبة لجنوب سيناء كما ذكرنا سابقا[١].

٢- القناة الفضائية الثانية (ESC 2)

ثم كانت البداية الرسمية للقناة "الفضائية المصرية ٢" (ESC 2) في أول يونيه عام ١٩٩٦م، وتبث برامجها هي أيضا يوميا وعلى مدار الساعة، إلا أنها قناة مشفرة وتبث ضمن "باقة الأوائل" مع قنوات "راديو وتليفزيون العرب" (ART).

وإلى جانب اهتمامها بالمواد الترفيهية وبخاصة الدراما ، تهتم القنوات الثلاث بالبرامج السياسية والإعلامية على النحو المبين في الجدول التالي:

خريطة برامج القنوات الفضائية غير المتخصصة[٢]

البرامج	النسبة %	البرامج	النسبة %
البرامج السياسية والإعلامية	٢٩,٠٨	البرامج الترفيهية	٧,٦٨
البرامج الدينية	٤٠٩٩	برامج الطوائف	٤,٦٤
البرامج الثقافية	٢٠,٦	برامج الخدمات والتوعية	٢,٣٩
المواد الدرامية	٢٩,٧٧	الإعلانات التجارية	٠,٨٥

توزيع إجمالي عدد ساعات البث للقنوات الفضائية غير المتخصصة (عام ١٩٩٨/١٩٩٩م)

القناة	ساعات الإرسال	النسبة	المتوسط اليومي
	ق . ساعة	%	ق . ساعة
القناة الفضائية المصرية	٨٧٦٠,٠٠	٣٩,١٤	٢٤,٠٠
القناة الفضائية المصرية ٢	٨٧٦٠,٠٠	٣٩,١٣	٢٤,٠٠
قناة النيل الدولية	٤٨٦٤,٣٠	٢١,٧٣	١٣,١٩
الإجمالي	٢٢٣٨٤,٣٠	١٠٠ %	٦١,١٩

٣ - قناة النيل الدولية : Nile TV International

بعد فترة تجريبية بدأت في السادس من أكتوبر عام ١٩٩٣م، ظهرت أول قناة عربية تبث بلغة أجنبية وهي قناة النيل الدولية (Nile TV International) على ترددات "UHF"، والتي بدأ البث الرسمي لها يوم ٣١ مايو عام ١٩٩٤م، كما أن هذه القناة تخرج أيضا بالقمر الصناعي نايل سات.

وقناة النيل الدولية، والتي تتبع قطاع القنوات الفضائية، كانت بدايتها بمعدل أربع ساعات يوميا وبلغة واحدة فقط هي الإنجليزية، وهي تقدم برامجها حاليا (فبراير ٢٠٠٣م) من الساعة السابعة صباحا وحتى الساعة الثانية بعد منتصف الليل وبدون انقطاع، وفي ديسمبر ٢٠٠١م، خصصت قناة النيل الدولية ساعة من ساعات إرسالها لبث برامج باللغة العبرية، إلى جانب أربع

---

(١) للاستزادة، ارجع إلى كتابنا: الإعلام الدولي عبر الأقمار الصناعية . *مرجع سابق* .

(١) المصدر : الكتاب السنوي ٢٠٠١-٢٠٠٢م (*مرجع سابق*)

ساعات برامج باللغة الفرنسية، وبقية وقت الإرسال مخصص للبث باللغة الإنجليزية التي كانت هذه القناة قد بدأت بها إرسالها، ويدرس المسئولون حاليا إمكانية بث فترة من هذه القناة باللغة الإسبانية.

وللمقارنة ، تجدر الإشارة إلى أن الإذاعة المصرية تبث برامج موجهة إلى ثمان مناطق رئيسية في العالم بلغات متعددة، وصل عددها إلى ٣٥ لغة وذلك على الموجات المتوسطة وبخاصة على الموجات القصيرة ، حيث تستخدم تسع لغات لبث برامج موجهة إلى شرق ووسط وجنوب أفريقيا، وثمان لغات إلى غرب أفريقيا ، وست لغات إلى كل من الشرق الأوسط وأوربا، وأربع لغات إلى جنوب شرق آسيا، ومثلها إلى كل من جنوب آسيا والأمريكتين والأرض المحتلة[(١)].

وعلى مستوى الوطن العربي ، قناة النيل الدولية هي أول قناة تبث بلغات أجنبية) . وإلى جانب انتشارها على الموجات الأرضية ، فإن بث هذه القناة يصل عبر الأقمار الصناعية إلى خارج مصر ، إلا أننا حتى الآن لا نعرف بالضبط حجم جمهور هذه القناة في الخارج وخصائص هذا الجمهور من الناحية الديموغرافية (الجنسية والنوع والسن ...) .

لذلك، فإن الأمر قد يكون مختلفا بعض الشيء بالنسبة لهذه القناة مقارنة ببقية قنوات التليفزيون المصري، وذلك لأنها تبث برامجها حاليا بثلاث لغات أجنبية، الإنجليزية والفرنسية والعبرية، وتستهدف منها بوجه خاص مخاطبة الجاليات الأجنبية المقيمة في مصر وفي فلسطين المحتلة، إلا أن هذا لا ينفي أن لها جمهور مصري، فإن هذه القناة النيل تبث موادا درامية عربية (مع ترجمة مكتوبة) وبرامج ترفيهية بنسبة ٣١,٦٦% من عدد ساعات البث. وبالنسبة لهذه القناة ، فإن النسبة المخصصة للبرامج السياسية ترتفع فيها لكي تصل إلى ٣١,٣٤% ، إلى جانب انخفاض ملموس في نسبة الوقت المخصص للبرامج الدينية (٠,١٧%)، كما يلاحظ أيضا ارتفاع واضح في حجم البرامج الثقافية (٢٧,٢٠%) ، هذا إلى جانب تقديمها لبرامج الطوائف (٦,١٨%)، وبرامج الخدمات والتوعية (١,٣٦%) ، والإعلانات التجارية (٢,٠٩%).

(ب) قنوات فضائية متخصصة

١- تعريف

مع إطلاق القمر الصناعي المصري، "نايل سات ١" ثم "نايل سات٢"[(٢)]، ظهرت قنوات للتليفزيون متخصصة للتليفزيون المصري وصل عددها حتى كتابة هذه السطور (فبراير ٢٠٠٣م) إلى عشر قنوات متخصصة هي: قناة النيل للأخبار، وقناة النيل للمعلومات، وقناة النيل للدراما، وقناة النيل الثقافية، وقناة النيل الرياضية، وقناة النيل للأسرة والطفل، وقناة النيل للمنوعات، وقناة المنارة للبحث العلمي، وقناة التعليم العالي، وقنوات النيل التعليمية (سبع قنوات هي: محو أمية وابتدائي وإعدادي وثانوي وفني ولغات والتنوير (وسوف يتغير اسمها لتصبح "القناة الثقافية الثانية" نظرا "لما يثره مسمى "التنوير" من التباسات وإشكالات واختلافات في

---

(١) يمكن للمهتم معرفة تفاصيلها من **الكتاب السنوي** ٢٠٠١-٢٠٠٢م .

(٢) للاستزادة ، ارجع إلى الفصل الخاص بالقمر الصناعي المصري في كتابنا : وسائل الإعلام في إطار سسيولوجية وقت الفراغ . *مرجع سابق* .

المفهوم" كما جاء على لسان حسن حامد[1]، هذا وقد وصل إجمالي ساعات بثها في العام الأول لظهور هذه القناة (عام ٩٨-٩٩) إلى ٥١٦٢٦ ساعة.

ومن الجدير بالذكر أن الإذاعة المصرية هي أيضا قد دخلت عصر الراديو الفضائي حيث تبث الشبكات الإذاعية : البرنامج العام وصوت العرب والإذاعات الموجهة والشرق الأوسط بالاستعانة بالقمر الصناعي "وورلد سبيس" (World Space)، هذا إلى جانب عدد من المحطات الإذاعية التي تستعين بالقمر نايل سات .

٢- خريطة برامج القنوات المتخصصة

وصل عدد ساعات البث اليومي بالنسبة للقنوات الثلاث غير المتخصصة ، الفضائية ١ والفضائية ٢، وقناة النيل ، عام ١٩٩٨/١٩٩٩م إلى ٢٢٣٨٤ ساعة ، بمتوسط مقداره ٦١ ساعة و١٩ دقيقة موزعة بين القنوات الثلاث.

وتبلغ نسبة البرامج الدرامية في هذا الإرسال ٢٧,٢٢% ، تليها البرامج السياسية بنسبة ٢٦,١٨% ثم البرامج الترفيهية بنسبة ١٩,٩٨% والبرامج الثقافية بنسبة ١٣,٧٦%، وبرامج الطوائف بنسبة ٦,٠٢%، فبرامج الخدمات والتوعية بنسبة ٢,١٧%، والإعلانات التجارية بنسبة ١,٤٢%. وهذا يؤكد ما سبق وذكرناه بخصوص الوظيفة الأساسية للتليفزيون، وهي الترفيه . كذلك تظهر هذه الوظيفة الرئيسية للتليفزيون المصري، وظيفة الترفيه، إذا ما نظرنا إلى كل قناة على حدة، حيث نجد الدراما تأتي على قمة سلم البرامج بالنسبة للقناة الفضائية المصرية وذلك بنسبة ٣٠,٠١% هذا بالإضافة إلى البرامج الترفيهية الأخرى بنسبة ١٤,٨٧% ، أي أن إجمالي الوقت المخصص للترفيه على هذه القناة تصل نسبته إلى ٤٤,٨٨% من إجمالي ساعات بث هذه القناة، وبقية الوقت موزع بين البرامج السياسية بنسبة ٢٥,٤٢%، والبرامج الدينية (٦,٧٤%) ، والبرامج الثقافية (١٠,٦٣%) وبرامج الطوائف (٦,٨٨%)، والخدمات والتوعية (٢,٩٧ %) ، والإعلانات التجارية والتي تصل نسبة الوقت المخصص لها على هذه القناة إلى ٢,٤٨%. كذلك الأمر بالنسبة للبرامج والمواد على القناة الفضائية ٢، حيث نجد أن إجمالي الوقت المخصص للدراما والبرامج الترفيهية الأخرى تصل نسبته إلى ٥٥,٦١ % من ساعات الإرسال.

والسؤال المطروح هنا هو :

- من الذي يقرر ويحدد ما يجب أن يبث على شاشة التليفزيون وحجم ما يبث ومتى يبث ؟ ولماذا؟
- من الذي يرسم خريطة البرامج؟
- هل هي قاعدة ""الجمهور عايز كده؟ أو ما يقوله بعض المسؤولين "نحن نعرف مصلحة الجمهور ونقدم ما ينبغي أن يعرفه هذا الجمهور بصرف النظر عن رغباته؟
- ومن نصب هؤلاء أولياء أمور للجمهور؟

---

(٣) **الأهرام** ، ٢٠ مارس ٢٠٠١م .

سنترك الرد على هذه التساؤلات بطبيعة الحال، وهي نقاط جديرة بالمناقشة حتى نعرف رأي أصحاب الشأن ومن يعنيهم أمر هذا الجهاز، بل ورأي الجماهير أيضا...، ولنحاول أن نطرح بعض الفروض التي يمكن أن تقودنا إليها معطيات الجدول، وخاصة تلك التي تتعلق بما سبق أن أشرنا إليه، وهو تفوق البرامج الترفيهية في دولتي كوبا وبنما عنها بالنسبة لدولتي كوت دي فوار (ساحل العاج) وإندونيسيا.

ويلاحظ من بيانات الجدول السابق أن في دول أمريكا اللاتينية والممثلة هنا في بنما وكوبا، يرتفع الزمن المخصص للبرامج الترفيهية إلى أكثر من ٥٠% من إجمالي عدد ساعات الإرسال، فهي في بنما ٧٦,٤% ، وفي كوبا ٦٧,٢%، بينما في كوت دي فوار (في أفريقيا لم تصل نسبة الوقت المخصص للبرامج الترفيهية إلى ١٦%، وكذلك بالنسبة للتليفزيون في إندونيسيا، حيث تصل فيه نسبة البرامج الترفيهية إلى ٢٠% فقط وهو من أكثر تليفزيونات العالم اهتماما بالبرامج الثقافية.

فإذا أخذنا في الاعتبار الموقع الجغرافي لكل من دولتي بنما وكوبا مقارنة بموقع كل من كوت دي فوار وإندونيسيا، فهل يمكن أن نفسر زيادة نسبة البرامج الترفيهية في بنما وكوريا إلى قربهما من سوق هذه النوعية من البرامج، ونقصد الولايات المتحدة الأمريكية بوجه خاص؟ هل مثل هاتين الدولتين تدوران إذن في فلك الشبكات الأمريكية التي يغلب على برامجها الطابع الترفيهي حيث تشير إحصائيات يونسكو إلى أن التليفزيون في الولايات المتحدة الأمريكية عام ١٩٧٧م قد بث موادا ترفيهية بنسبة ٦٩ % من الزمن الإجمالي للإرسال؟

أيما كانت الإجابة على هذه الأسئلة، فإننا نشير إلى أهمية دراسة العلاقة بين موقع الدولة بالنسبة لقربها أو بعدها من سوق برامج التليفزيون الترفيهية، سواء بالنسبة للولايات المتحدة الأمريكية التي هي بلا منازع أكبر سوق لبرامج التليفزيون الترفيهية أو غيرها، وبين زيادة أو قلة نسبة الوقت المخصص لهذه الفئة من برامج التليفزيون على شاشات الدول.

وقبل أن نترك هذه النقطة ، يهمنا أن نقدم مثالا للتليفزيون في شيلي، والذي يبث برامجه على ثلاث قنوات، حيث يوزع الجدول التالي البرامج المستوردة في تليفزيون شيلي من حيث البلد المصدر لهذه البرامج وذلك عام ١٩٧٤م. ولكن نشير أولا إلى أن نسبة البرامج المحلية إلى البرامج المستوردة على القنوات الثلاثة في تليفزيون شيلي عام ١٩٧٤م كانت بالنسب التالية:

اسم القناة	البرامج المحلية	البرامج المستوردة
- القناة ٧	٢٦	٧٤
- القناة ٩	٣٢,٣	٥٧,٧
- القناة ١٣	٣٥	٦٥

وتشير الأرقام في الجدول التالي إلى أن المواد المستوردة من أمريكا الشمالية لكي تبث في تليفزيون شيلي تشغل حيزا مهما من وقت الإرسال، وتشير المعطيات هنا أيضا إلى أن البرامج المستوردة من أمريكا الشمالية تحتل أكثر من نصف زمن البث على القنوات الثلاثة ٧ و٩ و١٣ في شيلي، وهي ٥٧% و٧٧% و٧٤% على التوالي. أما البرامج التي مصدرها الأرجنتين والمكسيك، وهما من دول أمريكا اللاتينية، فإنها لا تشغل سوى وقتا محدودا بالنسبة لكل المواد المستوردة للبث ، فهي لا تتجاوز نسبة ٢٦% و٦% و١٥% بالنسبة للقنوات الثلاثة وبالترتيب،

ولا تشغل على خريطة البرامج سوى ٣٤,٩% و ١٠% و ٢٤% من زمن البث على القنوات الثلاثة.

مصدر البرامج المستوردة في تليفزيون شيلي عام ١٩٧٤م

الدولة المصدر	القناة		
	٧	٩	١٣
	%	%	%
أمريكا الشمالية			
ـ نسبتها من بين البرامج المستوردة	٤٣	٤٤	٤٩
ـ نسبتها في الوقت المخصص للإرسال	٥٧	٧٧	٧٤
الأرجنتين والمكسيك			
ـ بالنسبة للبرامج المستوردة	٢٦	٩	١٥
ـ بالنسبة للوقت المخصص للإرسال	٣٤,٩	١٠	٢٤

وهنا تجدر الإشارة إلى أن تليفزيون شيلي لا يعتبر حالة فريدة من نوعه. فالمعروف أن معظم الدول تستورد من الخارج غالبية المسلسلات والأفلام التي تبث على شاشات التليفزيون فيها، إن لم يكن كلها، وتخرج من هذه القاعدة بطبيعة الحال الولايات المتحدة الأمريكية. ومن المثير للدهشة، أن الاتحاد السوفييتي والذي لم يكن يهتم بهذا النوع من برامج التليفزيون ، بدأ في عام ١٩٨٢م إذاعة المسلسل الأمريكي "دالاس" ـ كما ذكرنا من قبل ـ مثله في ذلك مثل بقية الدول الاشتراكية ودول العالم أجمع. ومن الطريف حقا ، أن التليفزيون الروسي كان يقدم لكل حلقة من دالاس بأن "هذا المسلسل يصور جانبا من الحياة في أسرة أمريكية، وهي مثال واقعي لنمط الحياة في دولة رأسمالية".

ومن الجدير بالذكر هنا، أن كلا من الاتحاد السوفييتي والولايات المتحدة يشكلان المصدر الرئيسي للبرامج بالنسبة للدول التي تدور في فلك كل منهما. وقد يرجع ذلك إلى أن تكاليف إنتاج البرامج، وخصوصا الدرامية، تفوق تكاليف تأجيرها بل وشرائها. فتشير الأرقام في فرنسا مثلا إلى أن إعداد المادة الدرامية التي تستغرق ساعة واحدة يتكلف ما بين مليون ومليون ونصف المليون من الفرنكات الفرنسية، بينما يتراوح شراء البرنامج (الذي يستغرق ساعة) ما بين ٥٠٠٠٠ و ٧٥٠٠٠٠ فرنك. ولهذا، لاحظنا أن التليفزيون الفرنسي هو أيضا يقدم مسلسلات وحلقات وأفلاما أمريكية، بالإضافة إلى مواد من مصادر أخرى، بجانب برامجه القومية. ولكن، وحتى وقت قريب، كان التليفزيون الفرنسي يحرص على أن تكون نسبة البرامج المستوردة في زمن البث الإجمالي أقل من ١٠%، وإن كنا نشير إلى أن هذا الرقم يجب أن ينظر إليه بعين الحذر وبتحفظ شديد ونحن في عام ٢٠٠٦م، وخلال هذه السنوات التي مرت قد يكون الموقف قد تغير بالنسبة للتليفزيون الفرنسي. ونفتح هنا قوسين لكي نقول بأن العالم الفرنسي *"روبير إسكاربيت" يطالب ، ونؤيده في ذلك، بضرورة ألا تشكل البرامج الأجنبية في مجملها نسبة العشرة في المائة من إجمالي عدد ساعات البث بالنسبة للتليفزيون في الدول النامية شأنه في ذلك شأن قنوات التليفزيون الإقليمية في أي دولة والذي لمسناه بالنسبة لقناة FR3 Aquitaine في فرنسا* ، ونغلق القوسين، مع ترك هذا الرأي أمام المسئولين عن التليفزيون المصري.

ومن الدول من ظل يتحفظ بالنسبة للإقبال على البرامج المستوردة، وخاصة الصين، حيث يحدد المسئولون هناك نوعية المواد التي يمكن استيرادها من الخارج، بل وتحديد الدول التي يمكن أن تكون "سوقا" مصدرا لهذه المواد. فقد أشارت إحدى الدراسات التي أجريت إلى أن الصين لا تبث موادا مستوردة إلا إذا كانت من الكتلة الشرقية. كذلك الأمر بالنسبة لليابان التي لا تتعدى فيها المواد المستوردة نسبة ٣% فقط من خريطة إرسال برامج التليفزيون هناك. ولكن، ما زلنا نؤكد على أن هذه الأرقام يجب أن تؤخذ بحذر لأنها قديمة نسبيا، ما دمنا نتحدث عن التليفزيون الذي يتطور باستمرار مع الانفتاح على الآخر في ظل السماوات المفتوحة، التي سمحت فيها الأقمار الصناعية باستعمال عديد من القنوات الفضائية التي تختلف مشاربها واتجاهاتها باختلاف سياسة القائمين على هذه القنوات. كذلك أصبح في إمكان أي فرد، ومن خلال الإنترنت أن يبحر فيها بإرادته دون أي قيود أو تحكم قد تفرضه بعض حكومات، بل وبعض فئات، مثل جماعة "الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر" في المملكة العربية السعودية، والذين امتدت سطوتهم ووصلت إلى تحطيم الدش من على أسطح المنازل وخصوصا في القصيم بالمنطقة الشرقية.

وبخصوص التليفزيون المصري، فإنه في عام ١٩٧٤م مثلا، كان التليفزيون يقدم برامج ترفيهية بنسبة ٤٧,١ % ، ارتفعت عام ١٩٨١م إلى ٥٦,٦٦ % من زمن البث وذلك وفق إحصائيات يونسكو. وفي العام ٩٩/٩٨ ، وتبعا للبيانات التي ينشرها اتحاد الإذاعة والتليفزيون، كانت نسبة الزمن المخصص للبرامج الترفيهية على القنوات الثمانية ٤٠,١٢%. وهذا التقليص من حجم البرامج الترفيهية عما كان عليه الحال في سنوات سابقة، وهو بطبيعة الأمر لصالح نوعيات البرامج الأخرى، الثقافية والإعلامية، فهل يعني هذا سياسة جديدة بدأ التليفزيون المصري يتبعها بعد أن رسخت أقدامه ووثق من دوره في المجتمع وبعد أن أصبحت له قنوات متخصصة للثقافة والتعليم تنطلق عبر الأقمار الصناعية؟

خامسا - مصادر إيرادات التليفزيون المصري

تتركز إيرادات التليفزيون حاليا ، وبعد إلغاء الرخص عام ١٩٧٢م ، في موردين أساسيين وهما تسويق البرامج في الخارج ، وأيضا من الدخل الذي توفره الإعلانات .

(أ) تسويق برامج

تشكل الإعلانات مصدرا من المصادر المهمة لإيرادات التليفزيون المصري بنسبة تقترب من ٣ : ١ مقارنة بالإيرادات التي تحققها المواد التي يتم تسويقها في الخارج، إذ يتم إرسال إنتاج مصر من مواد تليفزيونية إلى دول عديدة في قارات العالم الخمسة . ففي عام ٩٩/٩٨ مثلا تم إرسال ٩٩٠ شريط بلغت مدة بثها ٨١١ ساعة ولكن بنسب متفاوتة؛ فقد كانت نسبة المواد المرسلة إلى أفريقيا بنسبة ٥٦,٢%، وإلى أوربا بنسبة ٢١,٣%، وإلى آسيا بنسبة ١١,٢% ، وإلى الأمريكتين بنسبة ١٠,٩%، وإلى استراليا بنسبة ٠,٤%، أي أن السوق الأفريقية تستوعب النصف. ويبلغ عدد محطات التليفزيون العربية التي استفادت من تسويق هذه المواد ٢٤ محطة عربية إلى جانب ١١ محطة أجنبية، يضاف إلى ذلك مراكز مصر الثقافية

ومكاتب المبعوثين بالدول الأجنبية[1] . وقد حقق إيراد تسويق المواد التليفزيونية في عام ٩٩/٩٨ زيادة مقدارها ١٩,٥٦% عن العام الذي سبقه، ومحققة إيرادا وصل عام ٩٩/٩٨ إلى ٣٢٩٦٤٣٢٠ دولار أمريكي و١١١٨٤٥٠٠٣ جنيه مصري.

(ب) الإعلانات

بالنسبة للإعلانات، فقد حققت الإعلانات المحلية بالتليفزيون إيرادا وصل إلى ٣٠٠٠٠٥٥٨٢٤ جنيه لفترة زمنية تصل إلى ٤٤ ث و١٨ ق و٧٨٤ ساعة، وحققت الإعلانات الأجنبية ٣١٥٧٩١٨٠ جنيه في ٥٣ ث و١٠ ق و ١٩٩ ساعة بزيادة مقدارها ٣٦ ساعة تقريبا وبنسبة ٣,٨% عن العام الذي سبقه.

وما من شك في أن الإعلانات بالتليفزيون تحقق إيرادات أكبر من الإعلانات بالإذاعة، ويرجع هذا إلى تفضيل المعلن للتليفزيون بسبب معرفته بأن الإقبال على مشاهدته أكثر من الإقبال على الاستماع للإذاعة وأن إمكانات التليفزيون بالنسبة للإعلان أفضل بكثير من إمكانات الإذاعة، وكذلك لارتفاع سعر الإعلان بالنسبة للتليفزيون عنه بالنسبة للإذاعة. وقد لوحظ وجود انخفاض في الوقت المستغل إعلانيا بالإذاعة عام ٩٩/٩٨ عن العام الذي سبقه بمقدار ٩١ ساعة تقريبا وبنسبة ٢١،٣% عن العام الذي سبقه ، ويقال إن ذلك يرجع إلى "سياسة القطاع الاقتصادي التي استهدفت ترشيد السياسة الإعلانية"[2]، والذي طبق هنا بالنسبة للإذاعة فقط دون التليفزيون، والوسيلتان تابعتان لاتحاد الإذاعة والتليفزيون والمفروض أنهما يخضعان لسياسة موحدة، لذلك نفسر هذا الانخفاض في الوقت المستغل إعلانيا في الإذاعة بأنه انصراف من المعلن عن الاستعانة بالإذاعة والإقبال على الإعلان بالتليفزيون.

إيرادات الإعلانات بالتليفزيون والإذاعة والوقت المستغل إعلانيا بالنسبة للوسيلتين (عن عام ٩٩/٩٨)

الوسيلة	الإيرادات المتحققة		الوقت المستغل إعلانيا		
	بالجنيه المصري	النسبة %	ث	ق	س
التليفزيون	٣٣١٦٣٥٠٠٤	٩٨,٨	٣٧	٢٩	٩٨٣
الإذاعة	٣٩٩١٨٩١	١,٢	١٥	١٠	٣٣٦
الإجمالي	٣٣٥٦٢٦٨٩٥	%١٠٠	٥٢	٣٩	١٣١٩

وتجدر الإشارة هنا إلى أن الوقت المستغل إعلانيا بالنسبة للتليفزيون يختلف من قناة لأخرى على النحو الموضح في النحو التالي:

الوقت المستغل إعلانيا في قنوات التليفزيون المصري

القنوات	الوقت المستغل إعلانيا		
	ث	ق	س
القناة الأولى	٠٧	٤٦	٤٢٧
القناة الثانية	٠٧	٥٣	٢١٣
القنوات الإقليمية	٣٨	٥٩	٥٩
قناة النيل الدولية	٠٥	٢٧	٦٧
القناة الفضائية	٤٠	٢٣	٢١٤

---

(١) اتحاد الإذاعة والتليفزيون. الكتاب السنوي ١٩٩٩/٩٨م.

(٢) المرجع السابق.

الإجمالي	٣٧ ٢٩ ٩٨٣

وغني عن القول إن سعر الإعلان بين هذه القنوات التليفزيونية (وهو هنا يحسب بالعشر ثواني). وإلى جانب هذا، يتوقف سعر الإعلان على أهمية القناة والتي تحدد بحجم الإقبال عليها من المشاهدين والتي يهتم المسئولون في التليفزيون بمعرفتها بصفة منتظمة، يؤخذ في الاعتبار عند تحديد سعر الإعلان هوية الإعلان، محلي أو أجنبي . كذلك يؤخذ في الاعتبار أيضا الوقت المخصص للإعلان على خريطة الإرسال التليفزيوني والذي يتحدد بمعرفة البرنامج "المجاور" (قبل المسلسل مثلا) أو البرنامج الذي يمكن أن يتخلله هذا الإعلان (بين "تيتر" المسلسل وبداية أحداث الحلقة، أو بين الأشواط لمباراة كرة قدم أو كرة سلة (فقد أصبح لها جمهورها من هواة مشاهدتها على شاشة التليفزيون)... ويطلق على هذه الفترات اسم "الأوقات الممتازة" والتي هي أوقات ذروة المشاهدة بالنسبة للتليفزيون.

وبالنسبة للإعلانات المحلية كان سعر العشر ثوان عام ٩٩/٩٨ ٩٠٠ جنيه على القناة الأولى والثانية و ١٥٠٠ جنيه بالنسبة للإعلانات الأجنبية و٥٨٠ دولار للقناة الفضائية، ترتفع إلى ٨٩٥ دولار للوقت الممتاز على القناة الفضائية وقناة النيل الدولية . أما بالنسبة للوقت الممتاز على القنوات الأخرى ، فالأسعار ترتفع لكي تصبح ٢٠٠٠ جنيه للإعلان المحلي على شاشة القناة الأولى، و١٨٠٠ على القناة الثانية و٩٠٠ على ، القناة الفضائية، و٧٢٠ على قناة النيل الدولية.

وبالنسبة للإعلانات الأجنبية، فهي ٣٣٠٠ دولار للقناتين الأولى والثانية ، و٧٠٠ دولار للقناة الفضائية المصرية، و٥٢٠ دولار لقناة النيل الدولية . وبخصوص القناة الثالثة فإن تعريفة الإعلان موحدة بالنسبة لها، فهي ٧٥٠ جنيه للإعلان المحلي و١٣٠٠ جنيه للإعلان الأجنبي، وعلى القناة الخامسة ٤٠٠ جنيه للإعلان المصري و٦٠٠ جنيه للإعلان الأجنبي ، وعلى القنوات ٤ و ٦ و ٧ و ٨ يصل سعر الإعلان المحلي إلى ٢٠٠ جنيه والأجنبي ٣٠٠ جنيه.

سادسا - علاقة المشاهد بالتليفزيون المصري

عرفنا مما سبق أن التليفزيون المصري يقدم موادا متنوعة تدخل عند التصنيف تحت فئات ثلاثة رئيسية وهي : الترفيه والإعلام والتثقيف، والجدول التالي يعرض رغبات الجمهور بالنسبة للتليفزيون (حيث اعتمدنا هنا على نتائج بحث ميداني أجراه اتحاد الإذاعة والتليفزيون عام ١٩٨١م على عينة من سكان المدن) ، ومقارنة ذلك بما قدمه التليفزيون على القناة الأولى والقناة الثانية، حيث اعتمدنا هنا على نتائج تحليلنا لبرامج التليفزيون سنة ١٩٨١م في أسبوع صناعي خلال شهور الصيف، ومن الممكن أن نحصل على نتيجة مختلفة في حالة اختيارنا تحليل البرامج في فترة تواكب العام الدراسي الذي يهتم فيه التليفزيون بتقديم برامج تعليمية لا يقدمها في العادة خلال الإجازة الصيفية التي تم هنا تحليل البرامج فيها، وبطبيعة الحال فإن هذه النتائج قد تختلف عما يحدث الآن بعد مرور عشرين سنة عليها، والتي وضعناها هنا لمعرفة ماذا كان عليه الحال في فترة سابقة، هذا من جانب، ولكي نلفت نظر الباحثين إلى أن ما يطلق عليه اسم نظرية "الاستخدامات والإشباعات" (Uses and Gratifications) قد أغفلت جانبا مهما في العملية الاتصالية، ونقصد بذلك المواد المتاحة أمام الفرد.

العلاقة بين العرض والطلب بالنسبة لبعض برامج التليفزيون

المواد	القناة الأولى		القناة الثانية		القناتان	
	الطلب	العرض	الطلب	العرض	الطلب	العرض
ترفيهية	٥٥	٥١,٣	٦٨,٨	٦٢,٤٦	٦٠,٠٧	٦٥,٦٦
تثقيفية	٢٢,٥	٢٦	١٨,٨	٢٢,١٩	٢١,١٩	٢٤,١٨
إعلامية	٢٢,٥	٢٢,٧	١٢,٤	١٩,٣٥	١٨,٧٤	١٩,١٦
الإجمالي %	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠

تشير بيانات الجدول السابق إلى أنه يوجد شبه توافق بين ما يعرضه التليفزيون وبين ما يطلبه ويرغب فيه المشاهدون. فقد احتلت التسلية المرتبة الأولى بالنسبة لجميع الحالات في الجدول السابق، وهذا يؤكد ما سبق أن أشرنا إليه في صفحات سابقة من أن التليفزيون يعتبر بالدرجة الأولى وسيلة من وسائل التسلية والترويح. ويلي ذلك في الأهمية دور التليفزيون بالنسبة لوظيفة التثقيف، وخصوصا البرامج الدينية، وقد حازت فئة التثقيف على نسبة ٤٥,٤% من رغبات المشاهدين بالنسبة لما هو ظاهر في الجدول السابق. ولكن، القراءة الأفقية للأرقام التي يعرضها الجدول السابق لا تشير إلى توافق تام بين العرض والطلب، والذي يظهر على سبيل المثال بين ما تقدمه القناة الثانية من مواد في فئة التسلية وبين رغبات المشاهدين من هذه الفئة، حيث يوجد فرق هنا بين العرض والطلب يصل إلى أكثر من ٦%.

وعند البحث إحصائيا عن التوافق بين العرض والطلب بالنسبة للبيانات التي عرضناها في الجدول السابق، وجدنا أن نسبة التوافق فيما يخص القناة الأولى تصل إلى ٠,٩٩٤، وهذا الرقم يشير إلى ارتباط إيجابي وقوي بين المتغيرين، كذلك الأمر بالنسبة للقناة الثانية حيث تصل قيمة نسبة التوافق هنا إلى ٠,٩٩٩ وهو يقترب من الواحد الصحيح، وبلغت نسبة التوافق بين العرض والطلب للقناتين معا إلى ٠,٩٩٧، وهي نسبة مرتفعة تشير إلى تجاوب المسئولين عن التليفزيون مع رغبات المشاهدين والتي يتعرفون عليها من خلال "بارومتر" المشاهدة بالنسبة للتليفزيون، ومن نتائج عديد من البحوث التي تقوم إدارة متخصصة في المبنى بتنفيذها، وكذلك بالاستعانة بنتائج البحوث التي تتم في قسم الإذاعة بكلية الإعلام والأقسام المشابهة في كليات أخرى، وأيضا من ردود أفعال المشاهدين والتي تصل إلى المسئولين بأساليب مختلفة، وأهمها المكالمات التليفونية والمكاتبات البريدية... ومن الجدير بالذكر هنا، أن عدد المكالمات الواردة إلى التليفزيون عام ٩٩/٩٨ كان ٩٣٠٨٩ مكالمة ، منها ٩٢٩٨٧ مكالمة داخلية و١٠٢ مكالمة خارجية. أما عن الرسائل البريدية ، فقد وصل عددها إلى ١١٤٢ رسالة، منها ٩٦٠ رسالة داخلية و١٨٢ رسالة خارجية(١).

(١) المرجع السابق ، وننبه هنا أنظار الباحثين في مجال الإعلام إلى موضوع جدير بالدراسة وهو يخص تحليل ردود أفعال جمهور التليفزيون من خلال المكالمات التليفونية والمكاتبات البريدية .

خاتمة

إلى جانب ما أثرناه في متن الكتاب من أسئلة، نختتم هذا الكتاب ببعض أسئلة أخرى جديرة بالبحث لها عن إجابات وهي:

ـ هل يمكن أن يكون للتليفزيون دور في توجيه أذواق المشاهدين تجاه مواد بعينها؟

ـ وهل هذا التليفزيون يشبع رغبات مشاهديه، ويلبي حاجاتهم ، أم أنه يوجد تعارض بين ما ينتظره المشاهد المصري من التليفزيون وما يقدمه له أولو الأمر عنه؟

ـ وهل الاهتمام بالمواد الترفيهية أكثر من غيرها من مواد تليفزيونية يرجع إلى سهولة الحصول على هذه البرامج من مصدرها بسعر زهيد بل وأحيانا في شكل هبات بالإضافة إلى أنها معلبة وجاهزة للعرض (Take away)؟

ـ وهل يمكن تفسير ذلك بأن التليفزيون يحاول الاحتفاظ بجماهيره الذين يزيد إقبالهم على البرامج الترفيهية والتي يمكنهم الآن متابعتها من قنوات فضائية عديدة تتيح لهم فرصة الانتقاء، وكذلك من دول متاخمة تتخطى برامجها الحدود؟

ـ وأين نحن من العالم المتقدم في مجال الإعلام؟

ـ وما علاقة الطفل الآن بالوسائل المطبوعة والإليكترونية؟

والسؤال الذي نطرحه في النهاية كبداية للتفكير هو:

ـ إلى أين يذهب بنا التليفزيون وبلغتنا العربية الجميلة؟

ـ أما الدش والإنترنت، فنحن نتساءل إلى أين تذهب بنا هذه الوسائل الحديثة؟

أ.د/ انشراح الشال

ملاحق الكتاب

ملحق ١
قصة الفيلم التليفزيوني
"اليوم التالي"

نرجع هنا بالقارئ إلى الصحافة العربية والأجنبية في الفترة من ٢١ نوفمبر ١٩٨٣م إلى فبراير ١٩٨٤م، حيث نشرت أن هذا الفيلم من إخراج "نيكولاس ماير" وكتب حواره "إدوارد هيوم"، وأن الفيلم الذي استغرق إعداده أكثر من ثلاث سنوات وصلت تكلفته إلى سبعة ملايين من الدولارات. وقد عرضت هذا الفيلم محطة "إيه بي سي" (ABC) الأمريكية (American Broadcasting Company) ، واستغرق عرضه ساعتين وخمس عشرة دقيقة وذلك في الساعات الأولى من يوم الاثنين الموافق ٢١ نوفمبر عام ١٩٨٣م، وشاهد الفيلم أكثر من ٧٥ مليون مشاهد في أمريكا.

وقد بدأ الفيلم مصورا الحياة العادية لعائلات تعيش في مدينة "لورانس سيتي" الموجودة فعلا على خريطة الولايات المتحدة الأمريكية بالقرب من "كنساس سيتي"، صوروا حياة أهل هذه المدينة بمشاكلهم اليومية العادية. وفجأة يعلن التليفزيون على أهل هذه المدينة أن ألمانيا الشرقية قد أغلقت الحدود بينها وبين ألمانيا الغربية.

ولما كان الناس قد اعتادوا الإثارة، حتى في نشرات الأخبار، فإن الإثارة لم تعد تعنيهم أو تؤثر فيهم ، واعتادوا أن يروا الإعلانات عن سلع متنوعة ، فقد تصور المشاهدون لهذه النشرة الإخبارية التي تضمنها الفيلم أن شبكة التليفزيون، والتي يمكن أن تقدم وتقول أي شيء (كما حدث مثلا في الفيلم التليفزيوني "شبكات" (Networks)، أن الشبكة تروج مثلا لحبوب مهدئة من نوع جديد، أو لرحلة سياحية لتهدئة الأعصاب ، لدرجة أن الجنود لم يصدقوا ما أذيع ، حتى بعد أن أعلنت الشبكة النبأ الخاص بقطع العلاقات مع روسيا، إلى أن انطلقت الصواريخ الأمريكية تجاه الاتحاد السوفييتي، ووقف سكان مدينة "لورانس" يرقبون الأحداث...، عندئذ، بدءوا يعون ما يحدث، ويتوقعون الرد السوفييتي المقابل ، فهرعوا يجمعون ما يمكن الحصول عليه من "السوبر ماركت" وعاش الجميع في حالة جنونية من الفزع، بعد أن عرفوا أن روسيا تحتاج إلى ٢٢ دقيقة فقط للرد على الصواريخ الأمريكية بالمثل، مما جعل الجميع يتصرفون دون مراعاة للآخرين، يدوس بعضهم على بعض...

واكتسحت الإشعاعات النووية التي حملتها الصواريخ الروسية كل شيء، وحولته إلى دمار في "لورانس"، إلا بالنسبة لمن استطاع اللجوء إلى المخابئ التي أعدت خصيصا لذلك تحت الأرض. وعاش سكان هذه المدينة "اليوم التالي" لهذا العدوان أشلاء تتحرك وسط الدمار، ونلتقط صوت الرئيس الأمريكي هادئا وقويا من خلال موجات الراديو وهو يعترف للشعب الأمريكي بأنها تجربة قاسية إلا أن أمريكا قد انتصرت ، وأن مدينة واحدة هي التي تهدمت، ولكن الولايات المتحدة ما تزال قوية وقادرة على مواصلة الكفاح من أجل الرفاهية الأمريكية والديمقراطية الغربية، ولكن كل ذلك لا يهم هذه الأشلاء المتحركة، فلا يعنيهم كثيرا أن تبقى

الولايات المتحدة أو أن تنتصر، أو أن يبقى العالم كله ، إذا كانوا في عداد الموتى. والفيلم كما نرى، مطالبة صريحة للمسئولين وللشعوب باتخاذ اللازم للحد من التسليح النووي، ووقف التسابق بين الدول لإنقاذ البشرية من الفناء.

وعلى الرغم من أن هذا الفيلم "غير سياسي" كما تقول المحطة الباثة التي أذاعته، إيه بي سي، إلا أنه أثار جدلا واسعا في الدوائر السياسية والأمريكية، وهاجم المؤيدون لسياسات الرئيس "ريجان" الفيلم، ووصفه أحدهم بأنه يدمر سياسة الرئيس ريجان العسكرية، وعد الفيلم هجوما مباشرا على مفهوم السلام من خلال القوة.

وقد أعرب اثنان من زعماء حركات السلام التي تدعوا إلى تجميد الأسلحة النووية عن اعتقادهما بأن الفيلم سيكون بمثابة دعم لمعارضي انتشار السلاح النووي والحركات المنادية بتجميده.

وقد تلقى البيت الأبيض الأمريكي مكالمات تليفونية عديدة بعد عرض الفيلم مباشرة، وحتى قبل عرضه، تسأل عن مدى صحة أحداث الفيلم، وعما إذا كان هذا ما سيحدث عند نشوب الحرب أم أنه مبالغ فيه.

ومن الأشياء الجديرة بالذكر هنا، ما قاله طفل في الثالثة عشر من عمره: " تصورت أن الفيلم خيالي في بادئ الأمر، ولكنني حين نظرت إلى والدي، ورأيت مدى القلق المرتسم على وجهه، فطنت إلى الحقيقة، وهي أن الفيلم بما فيه من أحداث يصور ما سيحدث في حالة الحرب"، وهذا يؤكد للقارئ أن المناخ الذي يتم فيه استقبال الرسالة الإعلامية ينعكس على المتلقي، وهو ما أكد عليه الزميل طلعت أسعد في أثناء مناقشة رسالة في كلية الإعلام يوم ١٧ مارس ٢٠٠١م وأسماه "عامل" البيئة، والذي يتدخل في تحديد نوع التأثير الذي يمكن أن ينجم عن عملية الاتصال.

ومما نسب إلى هذا الفيلم من تأثير، أن بعض الفتيات قد أغمي عليهن، واختنقت أنفاس بعض الرجال أثناء عرض الفيلم، وصرخت بعض النساء رعبا من الأهوال التي يصورها الفيلم ، والتي يقول عنها المتخصصون إنها أضعف وأقل كثيرا مما قد يترتب من جراء إلقاء قنبلة نووية. كذلك أعرب بعض المتخصصين عن قلقهم من ظهور أعراض غير صحية على بعض الأطفال، مثل التلعثم والتبول اللاإرادي، والخوف... ، والذي يفسره ما قاله أحد الأفراد بعد مشاهدته للفيلم يصف المشاعر التي انتابته أثناء متابعته للفيلم، أنه شعر بجسده لا يقوى على الحراك، وأسرع نبضه، وتصبب عرقه، وتملكه إحساس باليأس...

والمشاهَد هنا ، أن ما حدث من تأثير قد ظهر لدى بعض المشاهدين فقط، وليس لدى جميع المشاهدين. وكان تأثير مشاهدة فيلم "اليوم التالي" على سكان مدينة "لورانس"، والذين توحدوا مع أحداث الفيلم الذي صُوّر في مدينتهم، بل واشترك بعضهم في أداء بعض أدواره، أكثر مما حدث بالنسبة للمدن الأمريكية الأخرى التي كانت بعيدة عن الانفجار الذري الذي وقع على مدينة لورانس في أحداث الفيلم والتي عاش أهلها ما يمكن أن يحدث لهم ولمواطنيهم في حالة إلقاء قنبلة نووية على مدينتهم.

ولكي نعرف أهمية تأثير هذا الفيلم على الشعب الأمريكي، يكفي أن نقول إن الحكومة الأمريكية قامت بشن حملة مضادة لاحتواء الإثارة التي سببها الفيلم، وقد اشترك في هذه الحملة وزير الخارجية الأمريكي "جورج شولتز"، و"كينيث أولمان" رئيس لجنة الرقابة على الأسلحة النووية ، وعدد من المسئولين الذين أكدوا على مساندة البيت الأبيض لسياسات الرئيس "ريجان" القائمة على السلام من خلال القوة ، وحاول الجميع في هذه الحملة إظهار السوفييت على أنهم المعارضون لجهود ريجان الخاصة.

ومن النتائج التي تهمنا في دراستنا نتائج المسح الذي شمل الدولة بأكملها، والذي أثبت أن الفيلم قد غيّر بعض الآراء حول احتمال قيام حرب نووية بين الولايات المتحدة الأمريكية والاتحاد السوفييتي؛ فقد ارتفعت نسبة الذين يعتقدون أن الحرب النووية لن تقع قبل عام ٢٠٠٠م من ٣٢ % قبل الفيلم إلى ٣٥ % بعد عرضه، وذلك في الاستفتاء الذي أجرته مجلة "تايم" الأمريكية.

كذلك ارتفعت النسبة التي ترى أن الولايات المتحدة الأمريكية تفعل ما في وسعها لتجنب مثل هذه الحرب من ٣٧% إلى ٤١ %، إلا أن شعبية الرئيس الأمريكي "رونالد ريجان" قد انخفضت إلى ٢٣،٦% بعد عرض الفيلم بعد أن كانت ٧٤ % قبل العرض. وفي استفتاء آخ، انخفضت نسبة المعتقدين بإمكانية النجاة من الحرب النووية في حالة وقوعها من ٧% قبل العرض إلى ٥% بعد العرض. فكيف يمكننا تفسير هذه النتائج وتحليلها لمعرفة الأسباب التي تختفي وراء هذا التأثير المباشر لفيلم من أفلام الخيال العلمي؟

لا شك أن نفوس المشاهدين كانت مهيأة ومستعدة لقبول وتصديق أحداث الفيلم وذلك لأسباب متنوعة وعديدة نذكر منها:

ـ إلقاء قنبلتين ذريتين على "هيروشيما ونجازاكي" في اليابان في نهاية الحرب العلمية الثانية عام ١٩٤٥م يجعل الإنسان يعتقد أن من الممكن حدوث هجوم نووي في أي لحظة خصوصا من قِبل القوة العظمى الأخرى، الاتحاد السوفييتي، ضد الولايات المتحدة الأمريكية.

ـ قد تشتعل هذه الحرب بطريق الخطأ، وهذا أمر محتمل الحدوث، بين لحظة وأخرى ، إذا عرفنا أنه في عامي ١٩٧٨م و١٩٧٩م ذكر في التقرير الرسمي المقدم للكونجرس الأمريكي أن أجهزة الإنذار التي تراقب أي هجوم نووي من قِبل الاتحاد السوفييتي سجلت حوالي ١٤٧ إنذارا كاذبا، ولكن كان هناك فسحة من الوقت تسمح بتحليل الإنذار ومراجعته على أجهزة أخرى قبل اتخاذ أي إجراء مضاد، وهذا يعني أنه حتى في حالة ضبط الأعصاب والرغبة التي يمكن أن تكون أكيدة لدى القوتين العظمتين في عدم استخدام رؤوس نووية في أي حرب يدخلان فيها، فإن أي بلاغ أو إنذار كاذب لا يسمح الوقت بالتحقق من صدقه، أو يصعب تحليله لكشف زيفه، كفيل بإطلاق صاروخ يحمل رأسا نوويا.

ـ يمكن أن ينطلق هذا الصاروخ بطريق الخطأ أيضا من المسئول عن أزرار التحكم في قاعدة إطلاق الصواريخ .

- كذلك يمكن أن تندلع هذه الحرب النووية بقرار متهور ينفرد به واحد من صانعي القرارات.

- معنى ذلك أن الردع النووي ، وهو خط الدفاع الأخير لحماية الإنسانية من الحرب النووية، لا يمنع من وقوع هذه الحرب عن طريق الصدفة.

- واكب عرض الفيلم في أمريكا فشل المفاوضات الأمريكية/الروسية للحد من التسليح النووي وزيادة الخوف من خطر قيام حرب نووية .

- ازدادت في تلك الفترة وارتفعت أصوات الحركات المناهضة للسلاح النووي ، والدعوة إلى تجميد الأسلحة النووية ، وقامت المظاهرات المطالبة بإنقاذ البشرية من هذا السباق المخيف لهلاك الحياة .

- انتشرت الحروب الإقليمية في جنوب شرق آسيا وفي أفغانستان ولبنان وجزر الفوكلاند (جرينادا) وأسقطت طائرة كورية ...

- انتشرت الصواريخ المتوسطة المدى الأمريكية على مستوى أوربا .

- جو الإثارة الذي واكب وأعقب، بل وسبق، عرض الفيلم، والذي وصل إلى حد إعلان حالة الطوارئ في المستشفيات الأمريكية قبل عرض الفيلم بدقائق لكي "تستقبل حالات الإغماء".، التي سوف تترتب على مشاهدة الفيلم. وعقدت ندوة بعد عرض الفيلم ناقشت احتمالات وآثار وقوع حرب نووية، لتخفيف الأثر الذي قد يكون الفيلم قد تركه لدى المشاهدين، مع تخصيص عدة دوائر تليفونية للرد على أسئلة المتصلين بشبكة التليفزيون عقب مشاهدة الفيلم.

- نصائح علماء نفس واجتماع وتربويين بعدم مشاهدة الفيلم لمن هم أقل من الثانية عشرة دون مرافق، بل وامتدت هذه النصيحة لتحذر من مشاهدة الفرد الفيلم بمفرده لكي يشعر بالاستئناس.

- كذلك ناشد منتجو الفيلم والذي تكلف سبعة ملايين دولار الآباء والأمهات منع أطفالهم من رؤية هذا الفيلم لما قد يثيره لديهم على المستوى العصبي والنفسي، كما ناشدوا مرضى القلب وضعيفي الأعصاب عدم مشاهدة الفيلم تجنبا لما قد يسببه من آثار.

- كذلك طلب "أنطوني ألباردو" مستشار المدارس بمدينة نيويورك من المدرسين توجيه النصح لتلاميذهم بعدم مشاهدة هذا الفيلم بدعوى أنه مجرد فيلم من أفلام الرعب والإثارة، واشترك علماء التربية مع المدرسين وعلماء السياسة وعلماء الاقتصاد وعلماء النفس والإعلاميون وعلماء الاجتماع وغيرهم في التحذير من تأثير هذا الفيلم.

ومما يذكر ، أن مجلة "تايم" الأمريكية قد أشارت إلى أن الفيلم كان له تأثير أكبر على الشباب تحت الخامسة والعشرين، والذين قاموا بمظاهرات تندد بسياسة ريجان وتنادي بالحد من التسليح النووي في الأيام التي تلت عرض الفيلم على شاشة التليفزيون . هؤلاء الصغار، الذين

لم تمسهم الحرب شخصيا، والذين رفضوا فكرة الاشتراك في الحرب في استفتاء كان قد أجري في أمريكا منذ سنوات، قد فهموا من الفيلم أن الحرب ممكن أن تندلع في لحظة ما في أي مكان على سطح الكرة الأرضية. وخروج الشباب الأمريكي الذي يمتلك القنبلة النووية، يمكننا تفسيره في ضوء مقولة ماكلوهان الشهيرة بأن العالم قد أصبح أشبه بالقرية الصغيرة. أي أننا نرى في خروج هؤلاء للتنديد بالحرب النووية، انتماءهم إلى العالم أكثر من انتمائهم القومي، الذي ثبت ضعفه من خلال الاستفتاء السابق ذكره، والذي أفصح عن رفض بعض الشباب الأمريكي الاشتراك في حرب فيتنام، والذي نشاهده أيضا من بعض شباب في فرنسا يرفض مبدأ التجنيد ويستبدله بالخدمة المدنية خارج الوطن بالعمل في مجال التدريس أو الطب أو خلافه في أي دولة نامية يوجه إليها من قبل الدولة.

أما بالنسبة للمشاهد المصري لهذا الفيلم، فإننا نحيل القارئ أولا إلى ما كتبه أنيس منصور وصلاح منتصر وغيرهما من الكتاب والصحفيين الذين تناولوا هذا الموضوع بعد أن ذاع صيت الفيلم وكثر الحديث عن تأثيره على المشاهد الأمريكي، وما أحدثه من توتر في المجتمع الأمريكي، في الصحف العربية والأجنبية، وثانيا، نذكر هنا تجارب شخصية مر بها طلبة الفرقة الأولى عام ٨٤/٨٣ بعد الحديث عن ماهية هذا التأثير الذي نسب لفيلم "اليوم التالي".

فقد حضرت إحدى طالباتنا عرضا للفيلم نفسه في المركز الثقافي الأمريكي ولم يسترع انتباهها أي تأثير غير عاد على المشاهدين ـ ومعظمهم من الشباب ـ لا أثناء عرض الفيلم ولا بعد العرض ومشاهدة الفيلم . وذكر لنا طالب آخر أنه عند مشاهدته لهذا الفيلم قد هاله انصراف الشباب المصري الموجود في صالة العرض عن الفيلم وانغماسهم في أحاديث كروية بحتة.

مما سبق، يمكننا إذن أن نفترض بأن التأثير الذي قد تحدثه الرسالة الإعلامية الواحدة قد يختلف من مجتمع لآخر ، بل ومن فرد لآخر داخل المجتمع الواحد.

وكان من الطبيعي أن تلفت هذه الملاحظات بعض الطلبة في إطار المادة التي تتناول العلاقة التي تقوم بين وسائل الإعلام والمجتمع ، فاتجه بعض منهم لدراسة هذا الموضوع ميدانيا، ونخص بالذكر منهم كلا من إبراهيم السيد وجيهان عطية ومي الشافعي ودينا جمال وأمل علي وأحمد عبد العزيز، وذلك للتعرف على دور الصحافة المصرية في الدعاية لهذا الفيلم وإعطائه أهمية أكبر من حجمه (خصوصا بعد أن شاهده بعض الطلبة ولم يجدوا فيه الإثارة التي قرءوا عن آثارها بالنسبة لهذا الفيلم). وهكذا اهتم أبناؤنا الطلبة بالبحث عن التأثير الذي يمكن أن يكون هذا الفيلم قد تركه لدى المشاهد المصري ، ومدى تصور المواطن المصري لإمكان قيام حرب نووية. ولكن نظرا لأن حجم العينة التي درست كان ضئيلا، فإنه من الصعب ذكر النتائج التي توصل إليها هؤلاء الأبناء والتي نتركها فروضا وتساؤلات يمكن أن نبحث عن إجابة عليها في دراسات متعمقة.

مما سبق يمكننا أن نحدد ثلاثة عوامل قد يكون لها دور فيما نسب لفيلم "اليوم التالي" من إثارة الرعب والفزع في نفوس المشاهدين في الولايات المتحدة الأمريكية:

- محتوى الفيلم نفسه والذي رأينا أن في الإمكان حدوثه، وقد حدث ذلك بالفعل سنة ١٩٤٥م، والذي لعب الإخراج دورا في تجسيده إلى درجة تقترب من الواقعية بالنسبة لبعض المشاهدين على الأقل. كما أن معدي الفيلم قد اعتمدوا على تقرير رسمي أصدره الكونجرس تحت عنوان "الآثار التي تترتب على الحرب النووية".

- خصائص الجمهور الأمريكي الذي شاهد الفيلم وتأثر به ، ولم يتأثر به من شاهده من المصريين مثلا. .

- التوقيت الذي أذيع الفيلم فيه، والذي قد يكون السبب في خروج المظاهرات في دول أوربية عديدة تندد بالسلاح النووي.

ملحق ٢
الآثار السلبية التي تنسب إلى التليفزيون

كتب فاروق جويدة مقالة في جريدة **الأهرام** في عددها الصادر في الخامس من سبتمبر عام ١٩٨٥م ضمنها عدة تساؤلات تشير إلى اتهامات صريحة يوجهها إلى جهاز التليفزيون ، والتي نذكرها هنا ، لا للرد عليها ، ولكن لكي يعرف القارئ وجهات النظر المختلفة .

بعد ربع قرن ماذا فعل التليفزيون بالعقل المصري ؟

انتهى "عرس" التليفزيون واحتفل بعيده الفضي ..
ومن حق التليفزيون أن يحتفل بعيده .. ومن حقه علينا أن نحمل له باقات الورود ، فمهما كانت ملاحظاتنا عليه .. ومهما كان عتابنا له .. فهو صديق الأسرة الذي لا يفارقها .. وإن فارقناه .. فنحن الهاربون منه إليه .

والسؤال الذي يطرح نفسه الآن بكل الصدق والأمانة وقد هدأت الاحتفالات وتوارت باقات الزهور ...

ماذا فعل التليفزيون بالعقل المصري في ربع قرن من الزمان تسيد فيها هذا الجهاز الساحة الثقافية والإعلامية وأصبح يتحمل مسؤولية تكوين أجيال كاملة في أخلاقها وسلوكها وثقافتها ؟
وكيف تكونت هذه الأجيال .. وماذا حدث لها وإلى أين وصل بها المطاف ؟
لقد انتزع هذا الجهاز الصغير الريادة من كل الوسائل التقليدية للثقافة ابتداء بالكتاب وانتهاء بالمسرح ودور السينما .

إن خبراء السياسة والإعلام يقولون : إن الشعوب فيما مضى كانت تحطمها الجيوش أو يحكمها الساسة ... بمعنى أن الدول المتقدمة تحكمها أحزابها ومؤسساتها وتقاليدها الدستورية السياسية العريقة ، والدول المتأخرة تحكمها الانقلابات العسكرية وأساليب البطش والقهر السياسي والمعنوي ... ولكن خبراء السياسة والإعلام يقولون إن من يمتلك الإعلام اليوم هو الحاكم الحقيقي في هذا العالم والتليفزيون أخطر وسائل الإعلام في عالمنا المعاصر.
واليوم ونحن نطرح هذه القضية للحوار ... نريد أن نسأل التليفزيون ماذا فعلت بالعقل المصري ؟ وكيف يرى أصحاب الرأي دور التليفزيون على امتداد ربع قرن من الزمان ... هل كان دورا إيجابيا ... أم كان دورا سلبيا ...إن موضوعية الحوار تتطلب أن نذكر إيجابياته كما نشير إلى سلبياته ...
ولنسأل التليفزيون - ساحرنا العجيب - كيف تسلمت العقل المصري - وإلى أين وصلت به ؟
تسلمت العقل المصري وهو على قمة الهرم الاجتماعي موقعا وسلوكا وترفعا فأين هذا العقل الآن في مباريات كرة القدم والمسلسلات والبرامج الهزيلة؟
تسلمت العقل المصري والثقافة تضع صاحبها في أعلى المراتب واليوم أصبح على قمة الهرم الاجتماعي تجار الخردة والمهربون وتجار السوق السوداء وأصحاب الصفقات المشبوهة

فماذا فعلت مسلسلاتك وأغانيك وأفلامك بعقل مصر ووجدانها ؟
تسلمت العقل المصري وعشرات بل مئات القدرات الجادة المترفعة التي تكونت تكوينا ثقافيا سليما تأخذ مكانها بقدرتها وكفاءتها في كل موقع من مواقع حياتنا .. فأين اليوم أصحاب

القدرات الحقيقية وإلى أين وصل بهم الحال ... وأين الذين جعلوا كفاءتهم وحدها سلاحا في سراديب الشللية والانتهازية والمجاملات ؟

تسلمت العقل المصري وهو في قمة نضجه وعطائه وتطوره فكنا نرى المثل والقدوة في العقاد وطه حسين والحكيم ووصل بنا الحال لكي تصبح القدوة أمام أبنائنا لاعب كرة أو مطربا قبيح الصوت أو تاجر خردة نصب على بنك واختلس الملايين وفر هاربا .

وحار أبناؤنا وحرنا معهم لأن هدفا في مباراة أهم في حياتنا الآن من كل ما كتب العقاد وطه حسين والحكيم وأهم من كل ألحان عبد الوهاب والسنباطي ومسرحيات يوسف وهبي .

وإذا كانت مباراة القدم تأخذ الساعات على شاشتك الصغيرة إذاعة وتحليلا ورصدا وإعادة وتمجيدا فإن ذكرى العقاد وكتبه المائة لا تأخذ أكثر من ربع الساعة على خريطتك العادلة !!

كيف تسلمت السينما المصرية ... وإلى أين وصلت بها ؟

أين الترفع في أفلامنا حوارا وقدوة وسلوكا ... وكيف وصل بنا الحال إلى ما نحن فيه من أفلام الجنس والمخدرات والابتذال والترخص ؟

تسلمت الأغنية - يا جهازنا الحبيب - وفرسانه أم كلثوم وعبد الوهاب وعبد الحليم والسنباطي وفريد الأطرش وعشرات غيرهم .

فما هي الأغاني التي تقدمها لنا اليوم ... وأين أصواتك وأغانيك وألحانك ... وكيف أصبح من حق أي ... أن يدخل استوديوهاتك ويغني ويؤذي مشاعرنا ويخرب وجدان أبنائنا بأصوات رديئة وكلمات هابطة .

ما هي القدوة التي تقدمها مسلسلاتنا اليوم ؟

قد يرى البعض أن هذه التساؤلات تحمل التليفزيون مسؤولية ما أصاب مصر كلها وكأنه سبب الكارثة . ولكن السؤال الآن ما هي حدود مسؤولية التليفزيون ؟

إن القانون يعاقب بائع المخدرات ومروجها ومن يتعاطاها ... فمن يا ترى يستحق العقاب ... الذين أنتجوا الأفلام والمسلسلات والأغاني الهابطة ؟؟ أم الذين مثلوها ... أم الذين روجوها ودخلوا بها إلى أبنائنا الآمنين في غرف نومهم ؟

أنا لا أتصور مثلا ألا نسأل التليفزيون عن أغنية ركيكة يقدمها حتى ولو لم يكن منتجها ... أو مسلسل هابط حتى ولو جاء في شكل هدية أو برنامج تافه حتى ولو ارتدى أقنعة الثقافة أو الدين أو الفن .

لقد أصبح التليفزيون اليوم هو المعلم الأول وتجاوز بتأثيره حدود البيت والمدرسة والمجتمع كله .

ولهذا نريد أن نسمع رأي علماء الاجتماع وعلم النفس وخبراء الإنتاج عن أثر التليفزيون على العلاقات الاجتماعية والأخلاقية والسلوكية في الإنسان المصري .

هناك فنون تعلم الإنسان التكاسل والسلبية واللا مبالاة فأين تقع مسلسلاتنا وأفلامنا وسط هذه التيارات ؟ وهل شاركت في بناء إنسان أفضل أم تركت لنا أجيالا ضائعة تواجه الحياة بكل مظاهر الخمول والتكاسل ؟

أين الفلاح المصري هذا العملاق الذي كنا نراه في حقله مع صلاة الفجر كل صباح شامخا كأشجار النخيل ... ماذا فعل به التليفزيون ؟

ترى هل ساعده على أن يتخلص من جهله وجعله أكثر قدرة على العمل والإنتاج أم زاده مع الأيام جهلا وتراخيا وسلبية ؟

لقد أعاد التليفزيون تكوين الحياة في مصر ... ولكن السؤال الآن : هل مضى بها إلى الأفضل .. أم جعلها تخسر أعظم ما فيها ؟

كيف تؤدي تليفزيونات العالم دورها ... إن الناس في كل دول العالم تشاهد التليفزيون مثلنا تماما ... ولكنهم يذهبون إلى أعمالهم في أوقاتها ويؤدون الواجب على أكمل وجه ... إنهم يقدمون مباريات كرة القدم ولكن دون أن تسبقها أغاني وكأننا في حالة حرب .

إنهم يشعرون بقيمة وخطورة هذا الجهاز ولذلك يخططون له كل صغيرة وكبيرة .. فكيف نرى نحن دور التليفزيون في حياتنا ؟

هذه التساؤلات نطرحها للحوار وليس معنى طرحها أننا ننكر الدور الكبير الذي يقوم به التليفزيون في حياتنا أو الجهود التي يقوم بها المسئولون عن هذا الجهاز الخطير ... ولكن جاء الوقت لكي نسأل أنفسنا ماذا فعل التليفزيون بالعقل المصري - قضية تستحق أن نناقشها بدون حساسيات .

ملحق ٣
المخدرات والشباب ودور وسائل الإعلام

العينة التي درسناها هنا اختيرت بطريقة عمدية من بين طلبة جامعة القاهرة الذين يتعاطون المخدرات. وقد اقتصرنا في الاستمارة التي أعددناها للبحث على تساؤلات محدودة يمكن من خلالها الوصول إلى ما نبحث عنه ، وعلى وجه التحديد ، كيف تصل هذه المخدرات بأنواعها المختلفة إلى أيدي الشباب والأسباب التي كانت وراء هذا التعاطي ، ومدى اقتناع الشباب بالمخدرات، والأسلوب الذي يسلكه الشاب للعلاج ، لطرح نتائج هذه الأسئلة للمناقشة في ندوة نظمتها أسرة "الطيور المهجرة" التي كنا نتولى ريادتها في كلية الإعلام جامعة القاهرة حول موضوع الساعة وقتها وهو "المخدرات" .

وقد أقيمت هذه الندوة في كلية الإعلام يوم ١٤ نوفمبر عام ١٩٨٥م وحضرها فضيلة الأستاذ الدكتور الأحمدي أبو النور (وزير الأوقاف والذي عرض سيادته بعد انتهاء الندوة بأن يقوم المجلس الأعلى للشؤون الإسلامية بنشر الموضوعات التي نوقشت والكلمات التي قيلت والأسئلة التي وجهت لأعضاء اللجنة والردود عليها في كتاب خاص على نفقة الوزارة) ، كما حضر الندوة الأستاذ الدكتور عمر شاهين أستاذ الطب النفسي بالقصر العيني (رحمه الله) ، والدكتور على محمد دياب أستاذ التحاليل والسموم بالمركز القومي للبحوث ، والأستاذ عبده مباشر رئيس تحرير جريدة شباب بلادي ، والأستاذ الدكتور مختار التهامي عميد كلية الإعلام والذي أدار الندوة ، وصاحبة هذه السطور التي نظمت الندوة ودعت إليها .

وفيما يلي عرض لنتائج هذا البحث المصغر دون التعمق في التحليل ، خاصة أن البحث قد طبق على ٣١ حالة فقط ، وهذا لا يسمح بتعميم النتائج ، كما أن أسلوب اختيار العينة لم يتم بطريقة علمية مدروسة ، بل ترك للباحث الميداني حرية اختيار المفردات من داخل الحرم الجامعي . وكنا نأمل أن يستكمل هذا البحث كما أشار بذلك سيادة وزير الأوقاف أثناء مناقشة البحث في الندوة ، بدراسة مقارنة تستهدف معرفة نسبة انتشار المخدرات بين الشباب ، حيث ظهر من بحث للأستاذ الدكتور مصطفى سويف أنها وصلت إلى ٣٦ % بين الشباب الجامعي ، و إلى ٢٠ % بين تلاميذ المرحلة الإعدادية ، واقترح الدكتور عمر شاهين أن يؤخذ عامل الدين كمتغير أساسي في المقارنة بين فئات الشباب التي تتعاطى المخدرات .

توزيع العينة المدروسة تبعا للكلية والفرقة الدراسية

الكلية	الفرقة					المجموع
	الأولى	الثانية	الثالثة	الرابعة	لم يحدد	
التجارة	-	١	٢	٢	١	٦
الآداب	-	-	٣	٣	-	٦
الحقوق	١	٢	١	١	-	٥
الإعلام	-	-	١	١	-	٢
العلاج الطبيعي	-	-	-	١	-	١
الزراعة	-	-	-	١	-	١
العلوم	١	-	-	-	-	١
لم يحدد	٢	٢	٣	٢	-	٩
المجموع	٤	٥	١٠	١١	١	٣١

من بيانات الجدول السابق، يتضح أن تعاطي المخدرات مشكلة حقيقية موجودة لدى الشباب في جامعة القاهرة منذ عام ١٩٨٥م على الأقل ، ومنتشرة في كليات الجامعة المختلفة ، وإن كان

أكثر من ثلث العينة المدروسة قد رفضوا ذكر اسم الكلية التي يدرسون بها ، ومن السهل تفسير ذلك . والقارئ للجدول يلاحظ أيضا أن المخدرات منتشرة بين طلبة الفرق الأربعة في الجامعة .

أما عن ترتيب الكليات تبعا لحجم العينة التي تتعاطى المخدرات ، فإن ظهور كليات التجارة والآداب والحقوق في المقدمة قد يرجع إلى أعداد الطلبة فيها والذي يفوق مثيله في كليات أخرى مثل كلية العلاج الطبيعي والزراعة والعلوم والإعلام ، كذلك لأننا في هذا البحث الاستطلاعي لم نتبع الأسلوب العلمي عند استخراج العينة.

ويتضح أيضا أن تسجيل الفرقة الدراسية والذي كان واضحا إلا في حالة واحدة، لا يشكل عقبة لدى المبحوث ، فالانتماء إلى الكلية أقوى من الانتماء إلى الفرقة الدراسية التي قد لا تفصح عن شخصية الفرد بقدر ما يفصح عنه اسم الكلية. وكان من الطبيعي أيضا أن يرتفع عدد المتعاطين للمخدرات بين السنوات الأخيرة عن السنوات الأولى، حيث ظهر في عينتنا المدروسة أربع حالات في الفرقة الأولى تزداد إلى خمس حالات في الفرقة الثانية ، فعشر حالات في الفرقة الثالثة وإحدى عشرة حالة في الفرقة الرابعة. والتفسير قد يكون في "الشلة" التي تستقطب أعضاء جددا طوال سنوات الدراسة بالجامعة، فهي تظهر بشدة في الفرقتين الثالثة والرابعة، ربما لأنهم أكثر "جرأة" في الرد على الأسئلة مقارنة بطلاب الفرقتين الأولى والثانية، أو بسبب التقدم في السن وزيادة "الخبرة"، وقد يرجع ذلك للسبب السابق الإشارة إليه والمتعلق بطريقة استخراج العينة.

توزيع العينة المدروسة تبعا للسن ونوع المخدر[١]

السن	نوع المخدر													الإجمالي
	ا	ب	ج	د	هـ	و	ز	ح	ط	ى	ك	ل	العينة	
١٧			١									١	١	٢
١٩	١												٢	٢
٢٠	٦	٥	١	١	١							١	٦	١٢
٢١	١٠	٤	٢			١	١	١	١	١			١١	٢١
٢٢	٥	١										١	٥	٧
٢٣	٢												٢	٢
٢٤	٠٣											١	٣	٤
٢٥	١												١	١
الإجمالي	٢٨	٧	٤	١	١	١	١	١	١	١	١	١	٣١	٥١

الجدول السابق ، والذي يوزع عينة الدراسة تبعا للسن ونوع المخدر الذي يتعاطاه المبحوث، يشير إلى أن الحشيش هو أكثر نوع من المخدرات انتشارا بين الشباب الجامعي في العينة المدروسة . وقد تكرر ذكر الحشيش ٢٨ مرة (منها مرة سجائر "محشية") في عينة حجمها ٣١ مفردة فقط . أما الحالات الثلاثة التي لم تذكر الحشيش صراحة فقد كان تعاطيها للمخدرات على النحو التالي :

١ ـ طالب عمره ١٧ سنة ذكر أنه جرب جميع الأصناف ولكنه يتعاطى الهيروين
٢ ـ طالب عمره ١٩ سنة يتعاطى المخدر عن طريق الحقن .

---

(١) أ= حشيش، ب= حبوب LSD برشام أقراص، ج= هيروين، د= سجائر محشية ، هـ= أفيون، و= كوكايين، ز= ماكسفورت، ح= حقن ستيدول، ط= خمر، ى= توسيفان، ك= ماريجوانا، ل= كل شيء

٣ ـ طالب عمره ٢١ سنة يتعاطى حبوبا و "توسيفان" (وهو دواء يؤخذ مهدئا في حالات السعال) .

ويلي الحشيش في الانتشار في العينة المدروسة البرشام والأقراص وحبوب الهلوسة(١) ...، وقد يرجع ذلك إلى سهولة تداولها دون أن تكتشف ، والتي قد يروجها بعض الأفراد على أنها نوع من "الأسبرين" ، ومثال ذلك حالة قرأنا عنها في الصحف لامرأة توزع هذه الحبوب حول حمام السباحة في أحد النوادي الكبيرة بالقاهرة .

أما الحالات التي تتعاطى الهيروبين والكوكايين وهم خمس حالات فهي :
١ ـ الطالب الوحيد الذي عمره ١٧ عاما وهو أصغر أفراد العينة ويقول :"بدأت في التعاطي وسني ١٦ سنة ، وتعاطيت كل شيء ، واستمريت في الهيروبين وكان ذلك بسبب قريب لي ، ولكنني تحت العلاج حاليا" .

٢ ـ الفتاة الوحيدة في العينة المدروسة وعمرها ٢٠ عاما وتتعاطى المخدرات منذ ثلاث سنوات ، أي وعمرها ١٧ سنة ، وتقول إنها تعرفت على "كوافيرة" عرضت عليها نوعا من البرشام بعد أن عرفت أنها تتعاطى الحشيش ، وقد عرفتها الكوافيرة بمجموعة من الشبان العرب ، فانزلقت معهم حتى أدمنت الهيروبين ، وقد بدأت الفتاة في العلاج وتقول : "لم يلاحظ ذلك أحد في البيت لانشغال كل واحد بنفسه" .

٣ ـ الحالة الثالثة لطالب عمره ٢١ سنة يتعاطى الحشيش والهيروبين والكوكايين وبدأ ذلك منذ التاسعة عشرة ، ويقول بالحرف : "لا يوجد سبب مقنع للإدمان" أما عن سبب تعاطيه ، فهو يرجع إلى أن مجموعة من "الأصدقاء" كانت تتلاقى يوميا وأقنعوه بالتجربة التي بدأت في صورة مجاملات ثم أصبحت عادة . ويقول بأنه أحس أنه انطوائي ، ولذلك قرر مرات كثيرة أن يقلع عن تعاطي المخدر ولكنه كان يعود مرة ثانية ، ويؤلمه ما حدث له من تغيرات جسمية وذهنية ، وقد بدأ في العلاج الذي سيأخذ فترة

٤ ـ أما الحالة الرابعة فهي لطالب عمره ٢١ سنة أيضا ويتعاطى الهيروبين والماكسفورت والحشيش وحبوب الهلوسة (LSD) . وكانت البداية مع الحشيش وعمره ١٩ سنة لكي يمنع أصدقاءه من تلقيبه بأنه "طفل" . أما الحقن ، فقد بدأت مع الأصدقاء ثم استمر فيها تلقائيا ، وعُرض عليه الهيروبين ، ولكن لما كانت "مصاريف" الهيروبين كثيرة فقد انتقل إلى صنف آخر .
٥ ـ والحالة الوحيدة للماريجوانا لطالب عمره ٢٠ سنة ، وكان ذلك عن طريق أحد الأصدقاء الذي كان يعتبره مثل أخ أكبر ، وكان ذلك في الولايات المتحدة ، ولم يتعاط المخدر وحده أبدا ، ولكن كان ذلك يتم دائما مع الأصدقاء .

---

(١) عن حبوب الهلوسة "LSD" يقول الدكتور علي محمد دياب أن هذه الحروف الثلاثة المختصر للاسم الإنجليزي
"Lysergic Acid Diethanolamide" ، وقد وجدناها مكتوبة بالمختصر لها وبدون نقط وبدون الإشارة إلى معناها في :
Henry KEMPE , Henry SILVER & Donough O'BRIEIN . **Curent Pediatrc Dignosis and Treatment** . 6th ed. Middle East Edition . Beirut , 1980 .

توزيع عينة الدراسة تبعا للسن وبداية تعاطي المخدر

بداية التعاطي	السن								الإجمالي
	١٧	١٩	٢٠	٢١	٢٢	٢٣	٢٤	٢٥	
من الإعدادية		١							١
من ثانية ثانوي				١					١
من الثانوية العامة				١					١
من ٣ سنوات					١				١
من سنتين			١						١
من سن ١١			١						١
من سن ١٥			١	٢	١				٤
من سن ١٦			٢	٢		١			٥
من سن ١٧	١	١		١			١		٤
من سن ١٨				١		١			٢
من سن ١٩			١	٣	١				٥
من سن ٢٠					١		١		٢
من سن ٢١							١		١
من سن ٢٢ سنة					١			١	٢
الإجمالي	١	٢	٦	١١	٥	٢	٣	١	٣١

وعند تحليل معطيات الجدول الذي يوزع عينة الدراسة تبعا للسن وتاريخ بداية التعاطي كما ذكرها المبحوثون ، نلاحظ أن الحالات الخمسة الأولى قد ذكرت بدائل تشير إلى حالات خاصة قد تكون لأسباب نفسية ـ ظهرت بوضوح في أقوال بعضهم ـ وإن كنا لا نرى علاقة سببية واضحة تربط ما بين الحالة النفسية للفرد وبين تعاطي المخدر ، فكل واحد منا يمر بأزمات نفسية ، ولكن التعلل بأزمة نفسية بسبب الثانوية العامة مثلا أو بمشاكل منزلية مصدرها اختلاف في الرأي مع الوالدين ، فنحن نتساءل هنا كم منا لم يختلف يوما في الرأي مع والديه ؟

وحالة أخرى بدأت وهي في الإعدادية بالسجائر (وهذا يجعلنا نفتح الأقواس لكي ننبه إلى احتمال وجود علاقة ارتباط بين السجائر وتعاطي المخدرات ، فهي بداية للانزلاق بالنسبة لبعض الأفراد على الأقل) . وهذه الحالة تتعاطى الآن الحشيش والأفيون والخمر ، ويقول صاحبها إن مصروفه كان كبيرا ، وكانت هناك خلافات كثيرة في الأسرة . وما زلنا نؤكد أن هذه الخلافات داخل الأسرة لا يجب أن تكون "حجة" ، أو بلغة الشباب ، "الشماعة" ، التي يعلق عليها بعض المنحرفين أخطاءهم بشكل أو بآخر .

وحالة ثالثة ذكر صاحبها أنه بدأ تناول الحشيش من سنتين وكان ذلك في ليلة رأس السنة "لزوم الفرفشة مع الشلة" . والشيء نفسه بالنسبة للطالب الذي بدأ تعاطي الحشيش والأفيون منذ أن كان في الصف الثاني الثانوي أثناء التهريج مع "الشلة" واندفاعه إلى مشاركتهم "للمجاراة والتقليد".

أما الطالبة الوحيدة في العينة والتي بدأت منذ سنوات ، كما تقول ، بتعاطي الحشيش ، فقد كان سبب انزلاقها إلى تعاطي البرشام الفانتوم والهيروويين (حسب تعبيرها) أنها تعرفت على مجموعة من الشبان العرب كما سبق أن ذكرنا . ونلاحظ بالنسبة لهذه الحالة وحدتها النفسية داخل الأسرة في قولها إنها بدأت في العلاج ولم يلاحظ ذلك أحد في البيت لانشغال كل واحد بنفسه . وهنا نفتح الأقواس مرة أخرى لكي نقول لمثل هذه الفتاة إن والديها ، وإن كنا نؤمن تماما بتقصيرهم في رعايتها وتأديبها وهو حق لها ، إلا أن هذا التقصير بانشغال والديها عنها قد يكون للبحث عن المادة التي توفر لها حياة الرفاهية التي تحلم بها ، فلتراجع إذن نفسها .

وحالـة أخـرى فـي هـذه الفئـة لطالـب سـافر إلـى ألمانيـا وتعـرف علـى صـديق ألمـانـي وفتـاة مصرية ، وبدأ يتعاطى الحشيش وأنواعا أخرى كثيرة من المخدرات لملء وقت الفراغ الكبير الذي كان يعيش فيه ، ولكنه امتنع الآن وذلك منذ حوالي سنة ونصف .

أما الحالات الأخرى ـ وعددها ٢٦ حالة ـ فقد عرّفت تاريخ بداية تعاطي المخدر ببلوغها سنا معينة ، من سن ١١ سنة ، وهي حالة نادرة ، لشاب كان في أمريكا وتعاطى الماريجوانا ، وقد شجعه على ذلك صديق كان يعتبره أخا أكبر كما ذكرنا قبل ذلك .

وتتركز معظم الحالات في العينة المدروسة هنا ، ٢٠ حالة من ٣١ حالة ، في الفئة التي ذكرت أنها بدأت التعاطي عندما وصل سنها إلى ١٦ أو ١٧ سنة أو ١٩ سنة ، وهي بالفعل فترة حرجة تفصل ما بين مرحلتي المراهقة والرجولة ، وفيها قد يندفع بعض الشباب في تصرفات يعتقد أنها من سمات ا لرجولة ونضوج الشخصية الكاملة . وقد ظهر هذا بوضوح لدى بعض المبحوثين في العينة المدروسة عندما قال أحدهم أن البداية كانت بالحشيش "لمنع أصحابه من تلقيبه بالطفل" ، ولكنه وصل الآن إلى الهيروبين والماكسفورت وحبوب الهلوسة إلى جانب الحشيش .

وشاب آخر في العينة بدأ وعمره ١٦ سنة بالحشيش ويقول إن ذلك كان بعد انتقاله من مدرسة إنجليزي إلى مدرسة عربي ، كان يأخذ دروسا خصوصية مع زملاء له بدءوا يقولون له "أنت رجل ولازم تشرب" ، وكانت البداية بتشجيع من المدرس الذي كان "قدوة" لهم في التعاطي .

وإلى كل هؤلاء نقول ، إن الرجولة ليست في تعاطي المخدرات ، وهذا المدرس ليس مثالا يحتذى به ، فالرجولة هي أن تنجح في حياتك وتثبت وجودك بطريقة عملية لصالح المجتمع .. ، وأن تساهم في وضع لبنة في بناء هذا المجتمع ... أن تحاول أن تجد مخرجا للأزمات التي يمر بها الوطن ، وأن تشارك إيجابيا في حل مشاكله ، ولن يحدث أي الفرد في تحقيق ذلك إذا خرج عن وعيه وفقد عقله .

أما عن الأسباب الرئيسية وراء اندفاع الشباب إلى تعاطي المخدر في الحالات موضع الدراسة ، فإنها ترجع بالدرجة الأولى ـ كما قالوا ـ إلى "الشلة" ومحاولة مجاراتها ، ولكن في طريق عواقبها يعرفها كل منا . ففي العينة ، ١٧ حالة من ٣١ حالة ، أي أكثر من النصف ، وقعت في هذا الطريق الشائك بسبب الصحبة ، إما للتهريج أو "للفرفشة" ، أو مجاراتهم للاندماج معهم ، أو لإثبات قوة الإرادة على سبيل التحدي .

وما أشبه الفرد هنا بمن يلقي بنفسه في النار لكي يثبت لمشاهديه قوة تحمله ، والنار لن تحرق أحدا سواه . فلننتبه إذن لكل خطوة قبل أن نقدم عليها .

وما أشبه هؤلاء أيضا بمن يقولون إنهم قد اضطروا لتعاطي المخدر حتى لا يقال إنهم مازالوا أطفالا أو مراهقين . الطفل هو الغر الذي لا يعرف عواقب ما يُقدم عليه ، أما الرجل فهو الذي يدرك ذلك تماما ، ويعي عيوب وخطورة الأفعال التي لن يجني منها سوى الضياع ، فلا يقدم عليها ، بل ويتجنبها ويتجاهلها . كذلك هؤلاء الذين تعاطوا المخدر للمغامرة وحب الاستطلاع والتجربة ... والعواقب معروفة .

كيفية بداية تعاطي المخدرات بين شباب جامعة القاهرة

مسلسل	ظروف بداية تعاطي المخدر	التكرار
١	التهريج مع "الشلة" لمجاراتها	١٧
٢	المغامرة وحب الاستطلاع	٧
٣	أزمات نفسية وعاطفية	٢
٤	خلافات في الأسرة واختلاف في الرأي	٢
٥	انشغال كل واحد في الأسرة بنفسه	١
٦	المصروف الكبير	١
٧	وقت الفراغ	١
٨	لمنع تلقيبه بالطفل	٢
٩	بتشجيع من بعض الأقارب أو ذوي المكانة	٣
	المجموع	٣٦

و"الشلة"، أو "الثُلة"، في دراستنا هذه ، شملت فيما شملت زملاء الدراسة والأصدقاء منذ المرحلة الثانوية ، وأيضا بعض الأقارب الذين ذُكروا أنهم كانوا وراء بداية التعاطي ، ولن نكرر ما سبق أن قلناه في ندوات عديدة بأن لأولادنا حقوقا يجب أن نعطيها لهم . وليست هذه الحقوق في "المصروف الكبير" الذي نلمس هنا أنه قد يكون سببا في انحراف بعض الشباب ، ولكن في مراقبة نوعية الأصدقاء الذين يختلط بهم الابن أو الابنة ، وفي الاستماع إليهم وحسن توجيههم وملاحظتهم ، حتى يبلغوا مبلغ الرجال ، وليكن لنا في رسول الله صلى الله عليه وسلم منهج في حياتنا بإتباع قوله :" أكرموا أولادكم وأحسنوا أدبهم" ، وحين قال :"ما نحل والد ولدا أفضل من أدب حسن" وما قيل كذلك في تأديب الولد :"أدبه سبعا وعلمه سبعا وصادقه سبعا ثم اترك حبله على غاربه" .

وخطورة "الشلة"، فالمرء على دين خليله، تظهر واضحة إذا عرفنا أن حالة واحدة فقط لشاب في العينة هو الذي اشترى المخدر بنفسه للتجربة ، أما بقية الحالات فكانت البداية على شكل "عزومة" أو في صورة سيجارة "محشية" أو قطعة شيكولاته ملغمة ، أو حشيش سرقه زميل لطالب من والده !

وقد ذكر اثنان أن البداية كانت مع زميل في رحلة ، وهنا نطالب بتشديد الرقابة على مثل هذه الرحلات ، فالمسؤولية مشتركة بين الأسرة والمؤسسات التعليمية والنوادي والمسجد ...

وما دمنا نتكلم عن المسؤولية ، فسوف نتناول البدائل التي ذكرت في البحث والتي تشير بأصابع الاتهام تجاه المسئول :

١ - الأسرة

وهي المسئول الأول عن التنشئة الاجتماعية للفرد حيث ذكرت بعض الحالات أن هناك مشاكل منزلية سببها اختلاف في الرأي مع الوالدين ، وأن المصروف كبير جدا ، وآخر يسرق المخدرات من والده ، ومن يسكن حي الباطنية ، وأصدقاء الأسرة ، والأقارب ... وعدم انتباه أي فرد في الأسرة للآخر ... ويظهر هذا التهاون من قبل الأسرة تجاه الأبناء عند تحليل إجابات المبحوثين ، حيث نجد أن من بين الحالات الواحد والثلاثين ، لم تكتشف الأسرة ذلك إلا في حالة واحدة فقط ... ، وذلك إما لانشغال كل فرد فيها عن الآخر ، أو لعدم معرفة

الأسرة بالأعراض ، وهذا ما يجب أن تقوم به وسائل الإعلام تحاول وسائل الإعلام أن تقوم به ، ولكن المهارة مطلوبة هنا .

٢ ـ المؤسسة التعليمية (المدرسة والجامعة)

الرقابة في المؤسسة الثقافية شبه معدومة في الغالب وخصوصا في الجامعة ، والفراغ كبير، واختلاط "الحابل بالنابل" وأصدقاء السوء ، والدروس الخصوصية ، والرحلات دون رقابة، وانفصام المؤسسة التعليمية عن الأسرة وعدم تكاملهما في كثير من الأحيان ...

٣ ـ البيئة الاجتماعية

الأب المدمن ، والكوافيرة ، وكشك السجائر ، وسهولة الحصول على المخدر بسهولة من مصادر متعددة ؛ فقد ذكرت بعض الحالات أن الحشيش والبرشام وأنواع أخرى يمكن شراؤها داخل الجامعة وحول سورها ، ويؤكد ذلك القبض على عاملة بكلية الآداب وفي حوزتها مخدرات . كذلك وجه طالب يسكن في حيْ الباطنية اتهاما للحكومة بأنها "لا تحارب المخدرات" ولكنها تسعى فقط وراء المستهلكين . كذلك ظهر في هذا البحث أن سفر الشباب من صغار السن إلى الخارج دون رقابة كان وراء انحراف طالبين في العينة المدروسة هنا .

٤ ـ وسائل الإعلام

أصابع الاتهام امتدت أكثر من مرة في هذا البحث لكي تشير إلى حملات التوعية التي تشنها وسائل الإعلام من حيث إنها شجعت على إقدام بعضهم على هذه التجربة الخائبة ، وهذا ما لمسناه في السنوات الماضية ، ولكن في الندوة ، دافع الدكتور عمر شاهين عن وسائل الإعلام بأنها قامت بتوعية الجماهير بالمشكلة وخطورتها (زوجته كانت في وظيفة "مدير للرقابة على المصنفات الفنية") ، كما اعترف لنا أحد الأساتذة أنه أصبح يعيش في حالة رعب ويتفحص وجوه أبنائه يوميا ... وهذا قد يشير إلى نجاح وسائل الإعلام في التوعية ، ولكننا نقول إن وسائل الإعلام قد تكون وراء انحراف بعض الأفراد في تعاطيهم للمخدرات . ويؤكد هذه الرؤية ما ذكره الإعلامي محمد وهبي في ندوة عن دور وسائل الإعلام في محاربة المخدرات ، والتي عقدتها "الجمعية المصرية للاتصال من أجل التنمية" يقول إن وسائل الإعلام في ألمانيا قادت حملتين لمحاربة المخدرات في منتصف الستينيات ومنتصف السبعينيات وأظهرت نتائج البحوث هناك أن الإدمان زاد خلال الفترة بين الحملتين .. ، ودعونا نناقش فيلم "العار" الذي يرى المسئولون أنه يحارب المخدرات .

طوال عرض هذا الفيلم ، والمشاهد يعيش مع أبناء تاجر المخدرات والذين يعيشون في بحبوحة من العيش وحصل ثلاثة منهم على شهادات جامعية فيما عدا واحد فقط كان اليد اليمنى للأب في عمله المشروع الواضح لأفراد الأسرة على أنه تاجر عطارة ، ويساعده أيضا في عمله الذي يتم في الخفاء فهو تاجر للمخدرات . ويموت الأب ، ويطالب الأبناء بحقهم من الميراث ، ويضطر الابن أمين سر الأب أن يصرح لأخويه بالسر الذي كان يخفيه هو والأب عنهم . ولم يصدق هذه القصة الابن الطبيب الذي يعالج مرضى الإدمان ، ولا الابن وكيل النيابة بمواقفه ضد الانحراف والإدمان ، إلا أن أخاهم سر أبيهم وهو أصغرهم سنا وأقلهم تعليما يقنعهم في النهاية بضرورة مساعدته للحصول على شحنة مخدرات كان الأب قبل وفاته قد وضع فيها كل أمواله بل واستدان من البنك . ويذهب الأشقاء الثلاثة إلى الملاحات حيث كان قد تم دفن المخدرات، لكي يكتشف الجميع ذوبان هذه الشحنة في المياه ، وينتحر وكيل النيابة بطلقة من مسدسه، ويجن الطبيب ، بعد أن فقد أخاهم الثالث زوجه التي ماتت غرقا أثناء انتشال المخدرات من البحر. وتعاطفنا نحن المشاهدون مع هذه المرأة التي ماتت ضحية جبن الأخ الذي خاف النزول إلى البحر بحثا عن المخدرات ، وتعاطفنا مع زوجها الذي أهانه أخوته وأمه بعدم

تصديقهم له ، وكذلك عندما فقد الزوجة ... فهل يكفي المشهد الأخير لكي يقنعنا هذا العمل الفني بخطورة المخدرات ؟

وننتقل الآن إلى السؤال الذي يفرض نفسه وهو : هل الشباب الجامعي الذي يتعاطى المخدرات مقتنع بما يفعله ؟

عشرون حالة من ٣١ غير مقتنعة بالمخدرات ، والجدول التالي يوضح ذلك .

درجة اقتناع عينة البحث بالمخدرات

م	درجة الاقتناع	ك
١	امتنع عن تعاطيها نهائيا ومرت الأزمة دون مشاكل	٤
٢	امتنع تماما لاقتناعه بعدم نفعها	٣
٣	لا يدمن ولكنه يتعاطاها "على خفيف"	٣
٤	امتنع عنها بسبب وفاة أحد أصدقائه أمامه أثناء تعاطيه المخدر (هذا الصديق كان ضابط شرطة)	١
٥	أحس أنه انطوائي وقرر الإقلاع	١
٦	غير مقتنع إطلاقا بالمخدرات	١
٧	لا يوجد سبب مقنع للإدمان	١
٨	مقتنع بأنه غير مفيد ويمكن التخلص من هذه العادة بالابتعاد عن	١
٩	"الشلة"	١
١٠	يحاول أن يمارس اليوجا للتخلص منها	١
١١	غير مقتنع بها ولكن خارج إرادته	١
١٢	يلغي التفكير	١
١٣	شيء ممل فالفرد لا يستطيع السيطرة على انفعالاته اكتشف الأهل حالته وتحت العلاج	١
	المجموع	٢٠

الجدول السابق يشير إلى بعض الآثار التي يتركها المخدر والتي ذكرتها حالات متعددة ، وإن كنا نلاحظ هنا أن العلاج ممكن وإن اختلف نوع هذا العلاج ؛ فهناك من المخدرات أنواع أمكن لبعض الأفراد في عينة البحث أن يقلعوا عنها بسهولة قد ترجع إلى نوع المخدر ذاته وإلى الكمية التي كان الفرد يتعاطاها والفترات التي كانت تفصل بين كل مرة وأخرى ، وهناك أنواع من المخدرات تتطلب علاجا لفترة طويلة . ونقصد بهذه الملحوظة أن نقول للشباب الذي أوقعه الحظ التعس إلى منحدر تعاطي المخدرات أن الوقت لم يفته بعد ، وبشيء من قوة الإرادة يمكنه أن يتخلص من هذه العادة الرذيلة ، وإن كنا نفضل أن يطلب العون من أقرب الناس إليه نفسيا داخل أسرته ، فهم أكثر الناس حفاظا عليه ، أو من أستاذ له يثق فيه ويأنس إليه .

والجدول التالي يوضح الأسلوب الذي يسلكه بعض المبحوثين في طريق العلاج من المخدرات .

أساليب العلاج من الإدمان

م	أسلوب العلاج	نوع المخدر
١	ـ بدأت أعالج نفسي من شهرين وعزلت نفسي عن الناس في غرفتي ثلاثة أيام ثم بدأت أخرج بعدها	حقن ستيدول
٢	ـ قررت كثيرا أن أقلع ولكن كنت أعود ، وبدأت الآن في العلاج الذي سيأخذ فترة بالإضافة إلى	حشيش وهيروبين وكوكايين

	التغيرات الذهنية والجسمية	
٣	ـ أقلعت عنه بدون مشاكل وامتنعت نهائيا عن تعاطيه	حشيش
٤	ـ امتنعت من حوالي سنة ونصف	حشيش
٥	ـ امتنعت من حوالي ثلاث سنين	حشيش
٦	ـ امتنعت من حوالي سنتين	ماريجوانا وLSD
٧	ـ توقفت عن التعاطي	حشيش
٨	ـ امتنعت الآن نهائيا	حشيش
٩	ـ في طور العلاج الآن (١٧ سنة)	كل شيء ثم هيروبين
١٠	ـ اكتشف أهله الحالة وعولج منها	هيروبين وحشيش وماكستنفورت وLSD
١١	ـ بدأت العلاج الآن	حشيش وبرشام
١٢	ـ أعتمد على اليوجا الآن كعلاج طبيعي	حشيش وحبوب
١٣	ـ هذا شيء يخص المراهقين وقد أقلعت تماما	حشيش

وبعد، فقد كان هذا البحث الذي قمنا به عام ١٩٨٥م والذي قوبلت نتائجه بصدمة عنيفة من كثير من المسئولين ممن حضروا الندوة التي عقدتها الجمعية المصرية للاتصال من أجل التنمية عن دور وسائل الإعلام في محاربة المخدرات ، والذين لم يصدقوا إمكانية وقوع الشباب الجامعي في براثن هذه الرذيلة ، كان هذا البحث الاستطلاعي بداية الإحساس بهذه المشكلة التي اكتشفت بعد ذلك ، وتم القبض بالفعل على "كوافيره" في شارع الهرم ، وعاملة مسئولة عن غرفة الطالبات في كلية الآداب ، ومنادي للسيارات بالقرب من سور الجامعة ، ومروجة مخدرات في "كافتريا" الجامعة ..

وختاما ، نرجو من الله جل وعلا أن يجنبنا جميعا شر البلية ، وندعوه سبحانه وتعالى أن يرفع غضبه عمن أصابه الضر ، إنه نعم المولى السميع مجيب الدعوات .

ملحق ٤
تعرض الأطفال لوسائل الإعلام في دول متقدمة

ركزت آخر تقارير يونسكو والذي صدر عام ١٩٩٩م(1) على ملكية وسائل الإعلام بالنسبة للأطفال في الفئة السنية ١٢-١٣ سنة في بعض دول صناعية ، من حيث الوقت الذي يقضونه مع وسائل للإعلام مطبوعة وإليكترونية ، الكتاب وألعاب الفيديو والحاسب الآلي والإنترنت ، ومدى ملكيتهم الشخصية لهذه الوسائل والتي تتحدد هنا بوجودها في الغرفة المخصصة للأطفال . ووفقا لنتائج البحوث التي نشرت في تقرير يونسكو ، نستطيع أن نجزم بأن بعض وسائل الإعلام انتشرت بين الأطفال وأصبحت لهم أجهزتهم الخاصة بهم وكتبهم الخاصة بهم والتي توجد في غرفهم الخاصة .

فمن خلال البحث ، ظهر أن الوسائل الإليكترونية ، بل والكتاب وهذا هو المثير ، قد أصبحت وسائل شخصية للأطفال في عدد من الدول التي خضعت للدراسة ، كما وصلت نسبة حيازة التليفزيون والكتب في بعض هذه الدول المدروسة إلى ١٠٠% ، ونعتقد بأن هذه النتيجة يمكن أن نجد مشابها لها بالنسبة لبعض الدول العربية خصوصا دول البترول الغنية .

فمن بيانات الجدول المرفق ، يتضح أن ملكية التليفزيون في العينات المدروسة تصل إلى ١٠٠% في كل من ألمانيا وهولندا ، و٩٩ % في إنجلترا ... وكانت سويسرا أقل هذه الدول حيازة للتليفزيون (٩٢%) . وملاحظة أخرى نخرج بها من هذا الجدول وهو أن ألمانيا والتي تأتي في قمة الدول بالنسبة لانتشار التليفزيون في منازلها ، تتأخر بالنسبة للكتب عن هولندا وبلجيكا وفرنسا والدنمارك وإسبانيا ، وكذلك تتأخر إنجلترا في ترتيب الدول بالنسبة للكتب .

وقد ركز الباحثون في دراساتهم هذه على الأطفال في الفئة السنية ١٢-١٣ سنة ، لأنهم يرونها فئة الوسط بين الفئات ٦-٧ ، و ٩-١٠ ، و ١٥ -١٦ واعتبروا الفئة ١٢-١٣ ممثلة لكل الفئات السنية بالنسبة لأطفال العينة .

وبالرغم من انتشار التليفزيون لدى الأسر بنسب متقاربة في العينة ، إلا أن الحيازة الشخصية للتليفزيون بالنسبة للأطفال تتفاوت من دولة لأخرى ؛ فبينما تصل هذه الحيازة الشخصية للتليفزيون بالنسبة للأطفال في الدنمارك إلى ٧٢% نجدها لا تتعدى ١٥% في سويسرا ، وتزيد هذه النسبة قليلا في فرنسا لكي تصبح ٣٠% . كذلك تتفاوت النسب فيما يتعلق بالكتاب بالنسبة للأطفال حيث نرى من الجدول أن حيازة الأطفال للكتاب - أي في غرفهم الخاصة بهم - تصل بالنسبة لفرنسا إلى ٩٤% بينما هي ٦٤% بالنسبة لإنجلترا ، و٧٤% لكل من إيطاليا وإسرائيل .

وبصفة عامة ، تقل حيازة الأطفال لألعاب الفيديو عن حيازتهم لجهاز تليفزيون خاص بهم فيما عدا الأطفال في فرنسا ، والأطفال في إسبانيا ، وفي سويسرا ، ولكنهم على كل الأحوال لم يحققوا في حيازتهم للتليفزيون نسبة ٥٠% وذلك في أي من هذه الدول ، بينما بالنسبة لدول أخرى ، فإن التليفزيون قد تخطت ملكية الأطفال الخاصة له نسبة ٥٠% وإن كان بارتفاع طفيف في كل من إنجلترا ٦٩% ، والدنمارك ٧٢% ، وإيطاليا ٥٢% .

---

(1) M. TAWFIK (Sous la direction de) . – Rapport mondial sur la communication et l'information:1999-2000 (Ouvrage Collectif) . Ed. G. BATAGNON & Y. COURRIER avec l'assistance de A. CLAYSON . UNESCO > Paris , 1999 .

والبيانات التي يقدمها الجدول المرفق تشير أيضا إلى فروق واضحة بين حيازة الأطفال لجهاز تليفزيون وحيازتهم لجهاز كمبيوتر ، فيما عدا الأطفال في إسرائيل ، والذين وصلت نسبة حيازتهم لجهاز كمبيوتر إلى ٣٢% ، وهو ينتشر لدى ٥٧% من الأسر الإسرائيلية ، بينما لا يتوافر هذا الجهاز بالنسبة للأطفال في إنجلترا إلا بنسبة ٦% وبنسبة ٣% فقط في هولندا ، إلا أن إسرائيل تأتي في المرتبة الثالثة بالنسبة للمنازل المزودة بهذا الحاسب الآلي في هذه المجموعة من الدول المتقدمة .

والإنترنت ، أحدث أجهزة الاتصال على مستوى العالم ، لم تظهر ملكيتها بوضوح في هذه المجموعة من الدول إلا في إسرائيل ونخص هنا الحيازة الشخصية للأطفال لهذه التقنية . ولكن بلجيكا تسبقها هنا بخصوص نسبة عدد البيوت التي أدخلت الإنترنت فيها ، وفي بلجيكا حوالي نصف المنازل تمتلك إنترنت ، وبعدها تأتي إسرائيل والدول الإسكندنافية بنسبة ١ : ٣ .

تعرض الطفل لوسائل الإعلام في دول متقدمة

الدولة	كتب		تليفزيون		ألعاب إليكترونية		حاسب آلي مزود بأسطوانة مدمجة		إنترنت	
	الملكية ١٠٠%	الملكية ١٠٠%	الملكية ١٠٠%	الملكية ١٠٠%	الملكية ١٠٠%	الملكية ١٠٠%	الملكية ١٠٠%	الملكية ١٠٠%	الملكية ١٠٠%	الملكية ١٠٠%
	في المنزل	في غرفته	في المنزل	في غرفته	في المنزل	في غرفته	في المنزل	في غرفته	في المنزل	في غرفته
ألمانيا	٩٥	٨٨	١٠	٤٨	٣٩	٢٤	٤٤	١٨	١٠	١
بلجيكا	٩٩	٨٩	٩٧	٣٠	٦٩	٢٢	٦٣	١٢	٤٩	٤
الدانمارك	٩٦	٨٣	٩٨	٧٢	٣٨	٢٤	٦١	١٩	٢٧	٥
إسبانيا	٩٦	٨٩	٩٦	٣٧	٦٢	٤٢	٤١	١٣	١١	٤
فنلندا	٩٣	٨٨	٩٥	٤٢	٤٧	٢٢	٥٤	١٨	٣١	٨
فرنسا	٩٨	٩٤	٩٨	٣٠	٦٥	٣٥	٣١	٨	١٢	٤
إسرائيل	٩٠	٧٤	٩٤	٤٤	٤٢	٢١	٧٥	٣٢	٣٤	١٨
إيطاليا	٩٠	٧٤	٩٥	٥٢	٥٣	٣٤	٣٧	٢٣	١١	٥
هولندا	١٠	٩٦	١٠	٣٩	٥٨	٢٣	٤٧	٣	١٥	٠
إنجلترا	٨٤	٦٤	٩٩	٦٩	٦٤	٤٢	٢٨	٦	٨	١
السويد	٩٣	٩٨	٩٤	٥١	٦٩	٤١	٥٢	١٦	٣٣	٨
سويسرا	٩٥	٨٨	٩٢	١٥	٤٥	١٨	٤٨	١١	١٨	٢

في هذا البحث ، توجد بعض دلائل تشير إلى وجود ثمة علاقة قائمة بين مشاهدة التليفزيون والقراءة في وقت الفراغ . فقد أفصح البحث عن أن الأطفال في سويسرا يقضون وقتا أقل في مشاهدة التليفزيون وبالتالي فإنهم يقضون وقتا أطول في القراءة . والعكس من ذلك بالنسبة للأطفال في إنجلترا والدنمارك ، الذين يشاهدون التليفزيون كثيرا ويمضون وقتا قليلا في القراءة. ولكن الصغار في فنلندا يوازنون بين مشاهدة التليفزيون كثيرا والقراءة كثيرا ، بينما يخصص الأطفال في السويد وقتا محدودا لمشاهدة التليفزيون ووقتا أقل في القراءة. ومن

المفارقات هنا أن إنجلترا ، وهي الدولة التي أشار البحث أن بها أقل نسبة من الكتب في البيت وفي غرف الأطفال ، هي الدولة التي بها أكبر نسبة من أجهزة التليفزيون أكثر من انتشار الكتب سواء في البيت بصفة عامة أو في غرف الأطفال ، فالأطفال الذين في حوزتهم أجهزة تليفزيون خاصة بهم أكثر من الأطفال الذين لديهم كتب تخصهم .

والأطفال في إسرائيل ترتفع لديهم نسبة حيازة أجهزة حاسبات إليكترونية مزودة بالشبكة المعلوماتية ، إنترنت ، إلى ٣٢% ، وهي أعلى نسبة بين مجموعة الدول المدروسة ، وقد أظهر البحث أنهم يكرسون وقتا أكبر من غيرهم في الاستخدام الذكي لهذه الوسائل الحديثة ، ثم يأتي الأطفال الإيطاليون بنسبة ٢٣% لمن لديهم حاسبات آلية مزودة باسطوانة مدمجة لزوم استخدام شبكة الإنترنت .

ملحق ٥
التليفزيون وثقافة الجريمة بالنسبة للطفل
(إجابات تلاميذ الإعدادي على سؤال "سرقة البنك"[(١)])

فيما يلي إجابات تلاميذ في المرحلة الإعدادية على سؤال فذ طرحه عليهم مدرس اللغة العربية ، ويذكرنا هذا السؤال غير التقليدي بأستاذة مادة الرسم في المرحلة الثانوية والتي جمعتنا في فناء المدرسة ، وجمعت بعض الصحف القديمة وكل شئ في المدرسة من مواد مستهلكة وقابلة للحرق ، وأشعلت النيران في كل ما صادفته من مهملات في المدرسة ونحن نتابعها ولم نفهم ماذا تفعل بالضبط . وعندما تصاعد اللهب ، وارتفعت النيران ، طلبت منا أن يصور كل منا انطباعه عن النار في كراسة الرسم . واختلفت رسومنا ، فكل منا انطلق من خلفيته الثقافية والدينية ... ، وربما كان أسلوب الأستاذة فاطمة في حصة الرسم تلك ، والتي لم تتكرر ، قد عاشت في وجداننا أكثر من٤٠ سنة ، حتى خرجت من المخزون الفكري لنا ، وكانت النتيجة عدد من البحوث أجريناها على الأطفال في مصر والسعودية تركنا فيها للطفل حرية التعبير عن أي موضوع يريده ، ويجد القارئ المهتم عناوين هذه البحوث في قائمة إنتاجنا في نهاية هذا الكتاب .

فقد أثير موضوع هذا المدرس الذي وضع هذا السؤال في الصحف خصوصا وقد أحيل للتحقيق فقد رأى المسئولون أنه قد ارتكب جريمة ! ونحن ، بالعكس ، نشكر هذا الأستاذ الفاضل الذي نبهنا إلى موضوع خطير لم يدرس من قبل ألا وهو : وسائل الإعلام وثقافة الجريمة ، خصوصا على النشء ، فقد درسنا تأثير هذه الوسائل على لغة الأطفال من جوانب مختلفة ولم ننتبه للغة الجريمة بمفرداتها المختلفة والتي قد تكون قد دخلت في القاموس اللغوي للطفل ، بل والأفدح من ذلك ، كيفية التخطيط للجريمة ... نعم لابد من دراسة ثقافة الجريمة لدى الطفل ، وأطرح هذا الموضوع لباحث جاد متعدد الثقافات . وفيما يلي ما نشرته الأهرام في التحقيق الذي تناول موضوع هذا المدرس غير التقليدي الذي يجب أن نشكره ، كما نتوجه بالشكر أيضا لهذا الصحافي الذي لم يهمه أخطأ المدرس أم لا ، ولكنه من وجهة نظرنا قد أثبت أنه إعلامي وباحث منقب بالدرجة الأولى.

تحت عناوين مثيرة نشرت جريدة الأهرام تحليلها لهذا الخبر على النحو التالي :

- خطط مروعة للقتل والسلب والنهب
- السطو على بنك والهرب لأمريكا

ويقول الكاتب : *السؤال الخطير الذي لم يجد من يطرحه عندما أثيرت قضية سؤال تلاميذ الإعدادية عن خططك لسرقة بنك هو : ماذا قال التلاميذ وكيف أجابوا على السؤال؟*
على طريقة سرقة بنك ، قرر طالب إعدادي في الرابعة عشرة من العمر من أسرة كريمة شن هجوما مسلحا على بنك وقتل حراس وموظفين لسرقة أكبر كمية من النقود .. وذلك من أجل ٥ درجات فقط في امتحان الفصل الدراسي (التيرم) الأول .

---

(١) تحقيق أحمد مصطفى العملة : الأهرام ١٠ مارس ٢٠٠١م

لم يكن الطالب ولنقل إن اسمه هشام ، هو وحده الذي قرر السطو على بنك فقد كان معه نحو مائتي بنت وولد في نفس عمره وضعوا خططا مماثلة لسرقة بنوك ومنازل ومتاجر ومجوهرات وآثار نفيسة .

ولم يكن أمام هذه المجموعة من طلبة مدرسة إعدادية خاصة إلا أن يضعوا مثل تلك الخطط الرهيبة للإجابة على سؤال في امتحان اللغة الإنجليزية مستوى رفيع للصف الثاني الإعدادي .

السؤال طلب من التلاميذ أن يتخيلوا أنهم لصوص مسلحون يعتزمون سرقة بنك فما هي خططهم وأدواتهم المستخدمة .

وكان على طلاب نحو ثمانية فصول دراسية للبنين والبنات موزعين على مدرستين الإجابة على السؤال لكتابة موضوع إنشاء الهدف منه أساسا كما تقول مصادر تربوية هو اختبار مدى قدرة الأطفال (١٤ سنة من أبناء الشريحة العليا في الطبقة المتوسطة متوسط المصاريف الدراسية قد تصل إلى ٣٥٠٠ جنيه) على الكتابة باللغة الإنجليزية في موضوعات متنوعة وإتاحة فرصة التعبير الحر أمامهم .

فقامت الدنيا ولم تقعد واشتعلت النار بين الجهات الرسمية المعنية وبين المدرسة من ناحية ، وبين المعلمة التي وضعت السؤال وإدارة المدرسة ، وسقط الجميع في أتون حرب شعواء بسبب سؤال "الحرامي" .

ولم يلتفت أحد إلى نقطة قد تبدو غريبة بعض الشيء لكن قد يكون لها أهميتها ، وهي تحديدا إجابات فتيان وفتيات في نحو الرابعة عشرة من العمر من أبناء الشريحة العليا في الطبقة المتوسطة بحساب متوسط المصاريف الدراسية التي قد تصل إلى نحو ٣٥٠٠ جنيه للطالب الواحد ، على السؤال الملغوم . .

فقد تنطوي تلك الإجابات على مؤشرات ربما تدل بطريقة أو بأخرى على أنماط التفكير السائدة بين عينة من جيل كامل سيمثل القوة الضاربة للمجتمع بعد عدة سنوات .

وفيما يلي مضمون بعض الإجابات كما جاءت على لسان أصحابها

فتاة : راجية

كونت عصابة مع أولاد عمتي لبسنا قفازات ودخلنا البنك من فتحات التكييف كان معنا مسدسات كاتمة للصوت أغلقنا أجهزة الإنذار بدأنا سريعا عملية السرقة الفلوس كانت كثيرة جدا طبعا كنا فرحانين لكن خايفين خالص المهم إننا خرجنا بسرعة بعد السرقة

ولد : هاني

وضعت خطة كويسة لسرقة منزل بعد مراقبته جيدا وانتظرت ليلا حتى سافر أصحاب المنزل وتسللت من النافذة سرقت تليفزيونا وفلوسا وشوية أجهزة ثم هربت لكن مفيش حرامي ممكن يهرب من البوليس فقد قبضوا علي

ولد : محيي

قررت أسرق أبحاث عالم أمريكي بارز علشان أستغلها في خدمة مصر يعني علشان مصلحتنا لكن فكرت في الأمر واكتشفت إنه من الأفضل لو ذاكرت ونجحت وأصبحت شاطرا ومتفوقا مثل هذا العالم وبالتالي يمكن أن أخدم بلدي

بنت : هانية

الساعة الواحدة بعد منتصف الليل بدأنا التحرك هي وعصابتها المكونة من ٣ أفراد لزوم السرية والتحوط . وصلنا البنك الساعة ١,٣٠ وضعنا مخدرا للحراس فناموا فدخلنا بسهولة ثم سرقنا وهربنا لكن في الآخر قبض علينا البوليس كل واحد أخذ جزاءه .. وبصراحة كده السرقة حرام

ولد : تامر

سرقت بنكا وأخذت الفلوس وهربت إلى أمريكا زي ما بيعملوا ثم فتحت بالفلوس مصنع عربيات ولكن بصراحة أنا إنسان كويس ومش ممكن أفكر أسرق أبدا

ولد : محسن

كونت عصابة من ٥ أفراد واحد في السيارة المكدسة بالأسلحة وواحد يتعامل مع الأمن لصرف الأنظار عنا والباقي ينفذون عملية اقتحام البنك سرقنا هربنا من الباب الخلفي بعدما انضم إلينا زميلنا الذي كان "يشاغل" حراس الأمن لكننا اضطررنا لضرب الحراس الذين ظهروا أمامنا فجأة

ولد : عمر

وضعت خطة رهيبة لسرقة فيروس نادر من أحد المعامل يمكن استخدامه في نشر عدوى الإصابة بمرض خطير على نطاق واسع وسرقته فعلا ثم قمت ببيعه لعصابة دولية

ولد : وائل

قررت سرقة بنك درست الموقع جيدا ثم نفذت العملية لكن أثناء خروجي فوجئت بالشرطة وحاصروني تماما فقررت الانتحار هربا من الفضيحة

أجهزة إنذار

بنت : سامية

بصراحة السؤال لم يعجبني لأنه بيعلمنا حاجات غلط لكني كتبت : كنا عصابة من عدة أفراد ارتدينا قفازات معانا حقائب لوضع الفلوس أول ما عملناه عطلنا أجهزة الإنذار والكاميرات المراقبة في البنك دخلنا لمكان الخزائن ثم سرقنا الفلوس مش بس كده لكني رأيت ملفات فيها شيكات وبعضها خاص بحسابات عملاء سرقتها برضه وأخذت أيضا تليفزيونا وفي النهاية كتبت إنني لا أحب أن أكون حرامية

ولد : عادل

قررت أنا والعصابة القيام بهجوم مسلح على بنك اخترنا أن يكون موقعه بعيدا جدا عن أقسام الشرطة . وبدأت العملية بقطع الكهرباء وخطوط التليفونات . خدرنا الأمن قتلنا آخرين كان معنا أنبوبة لحام أكسوجين لفتح الخزائن وبالفعل نجحنا في تنفيذ العملية قم هربنا إلى المطار حيث كنا حاجزين تذاكر سفر إلى الخارج

ولد : شريف

أنا شخصيا قررت سرقة تاج أثري ثمين جدا علشان أبيعه ب ٥٠ مليون جنيه لتاجر آثار وعملتها فعلا

بنت : سعاد

أنا بصراحة كنت عايزة أسرق مراكب الشمس لكن بعدما وضعت الخطة قلت لا حرام ده تراث بلدي ولازم أحكيه

ليلى علوي وجرائم الطفل

بنت : زينة

السؤال ده بصراحة بيفتح مخنا على إزاي نسرق لكن عموما أنا وضعت خطة رأيتها في فيلم لليلى علوي وكان معانا أسلحة هاجمنا بها البنك وقتلنا شوية ناس هناك وبس

ولد : طارق

إحنا عملنا عصابة من ٥ إلى ٨ أفراد تحركنا إلى البنك ليلا اثنان وقفا على الباب للحماية والباقي بخلوا كي ينفذوا العملية السرقة كانت معانا عربية سرقناها للتمويه وهربنا بها من الموقع ثم سافرنا خارج مصر لكن أكيد اتقبض علينا جميعا لأن السرقة حرام

ولد : علي

حاولت ان أصبح نشالا أسرق الفلوس من جيوب الناس لكن لقيت دي حاجة وحشة ومؤذية جدا . إفرض اللى أنا سرقته محتاج الفلوس يشتري بها علاجا أو يجيب حاجة ضرورية لذلك قررت التوبة

ولد : شادي

زي ما عادل إمام وأحمد مظهر في فيلم لصوص لكن ظرفاء إحنا كمان دخلنا شقة أصحابها مسافرين وفتحنا الأرضية ثم نزلنا على محل مجوهرات تحتها وسرقنا المجوهرات لكن واحنا خارجين وجدنا الشرطة أمامنا

ولد : وليد

عملنا عصابة من ٥ أفراد توجهت معهم إلى بنك هاجمنا "السيكوريتي" ضربناهم تركت واحدا من أفراد العصابة "ناضورجي" على الباب كان معي حرامي خزنات فتحناها ثم هربنا

يتضح مما سبق أن عادل وسعاد لم يعدا يلعبان الكرة في الحديقة أو يأكلا الفول كما كانا يفعلان منذ زمن فالأمور صارت أكثر تعقيدا وجرت مياه كثيرة أسفل الجسور

لكن وإن كان أقرانهما من تلاميذ مدرسة سؤال السطو يدركون جيدا كما هو واضح الفرق بين الحلال والحرام ، فإن ثمة ثقافة إجرامية حاضرة في أذهانهم مستمدة من مصادر كثيرة في مقدمتها الأفلام والمسلسلات التليفزيونية وهي في كل الأحوال مصدر خطر لأنها قد تؤثر بطريقة أو بأخرى على الأطفال في لحظة ما من حياتهم

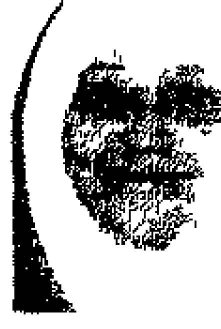
يكفي أن أحدهم تضمنت خطته سرقة بنك على طريقة عملية عصابة المراغة الرهيبة

حتى بعض الأمهات وإن امتعضن من السؤال والمغزى السلبي له ، إلا أن إحداهن قالت : انظر موضوع الإنشاء تحديدا يمثل فرصة جيدة أمام الأولاد للتعبير عما يدور في أذهانهم وعقولهم وهو أيضا فرصة جيدة للقائمين على العملية التعليمية وأولياء الأمور لمعرفة كيف يفكر أبناؤهم

لكن يبقى في النهاية أن السؤال حتى ولو كان ضمن منهج درسي أو بغرض التعرف على القدرات اللغوية عند التلاميذ ينزع عن الجريمة طابعها السلبي ويجعلها تبدو كنشاط إنساني عادي يمارسه الإنسان بصورة طبيعية ، وهي مسألة شديدة الحساسية والخطورة أيضا ، ويتأكد ذلك أكثر عندما تعرف أن الدرجة الكاملة للسؤال هي ٥ درجات منها درجتان على الفكرة أو الخطة بمعنى أصح والباقي عبارة عن درجة على الهجاء وأخرى على القواعد اللغوية وثالثة على الخط .

بسم الله الرحمن الرحيم

جامعة القاهرة
كلية الإعلام
قسم الإذاعة



السيرة الذاتية

الاسم : انشراح محمد إبراهيم السيد الشال
تاريخ ومكان الميلاد : منيل الروضة ، ٤ يناير ١٩٣٩م
مكان العمل : كلية الإعلام /جامعة القاهرة ، قسم الإذاعة والتليفزيون
الوظيفة الحالية : أستاذ غير متفرغ من ٤ يناير ٢٠١٠م
الحالة الاجتماعية : متزوجة
عدد الأبناء : ٢

- د. أميمة مصطفى الشال ، دكتوراه في علم المصريات من جامعة شارل دي جول/ ليل٣ بفرنسا بمرتبة الشرف الأولى وتهنئة من لجنة الحكم وأستاذ مساعد وقائم بأعمال رئيس قسم الإرشاد السياحي في كلية السياحة بجامعة مصر للعلوم والتكنولوچيا.
- آية مصطفى الشال ، ليسانس آداب قسم إسباني/ جامعة القاهرة ، ودبلوم في الصحافة من الشعبة الفرنسية بكلية الإعلام جامعة القاهرة ، ورئيس تحرير نشرة الأخبار باللغة الفرنسية ومعدة ومعلقة برامج في Nile TV

(١٩٨٣م) دكتوراه الدولة في الآداب والعلوم الإنسانية من قسم اجتماع وعلم النفس بجامعة بوردو ٢ بفرنسا بمرتبة الشرف الأولى (أعلى تقدير) وتم طبع الرسالة ونشرت على نفقة جامعة ليل بفرنسا (على "ميكروفيش")

(١٩٧٦م) ماجستير من قسم الإذاعة بكلية الإعلام ، وكانت الرسالة بعنوان *"دلالة نشرات الأخبار لدى سكان القاهرة"* ، أول رسالة من نوعها زاوجت فيها بين الدراسة الميدانية والدراسة التحليلية لنشرات أخبار التليفزيون

(١٩٧٢م) ليسانس آداب قسم صحافة من جامعة القاهرة . مايو ١٩٧٢م

(١٩٦٨م) دبلوم في مناهج وطرق التدريس من جامعة بواتييه بفرنسا . أغسطس ١٩٦٨م

(١٩٥٨م) دبلوم فرنسي خاص لإعداد مدرسي اللغة الفرنسية . ١٩٥٨/٧/١٦م

– معرفة جيدة بلغة الحاسب الآلي ، واللغة الفرنسية واللغة الإنجليزية .

العنوان البريدي : أ. د. انشراح الشال
قسم الإذاعة والتليفزيون كلية الإعلام جامعة القاهرة / جيزة
المنزل : مدينة المبعوثين لأساتذة جامعة القاهرة ، عمارة ٢٨ ش ٦ ، دلاور/ جيزة/ ١٢٣٥١
تليفون المنزل : ٣٣٣٠٨٤٩٤ (٢٠٢) + **موبايل** ٠١٠٦ ٢٨٩٤٠٠٨ (٢٠)
Shal3941@yahoo.fr & shal4139@yahoo.com
http://drenshirahelshal.tripod.com
http://enshirah.yoo7.com/

- زيارات متعددة لكل أنحاء مصر - تقريبا - زيارة بعض دول عدة مرات ، والإقامة سنوات في بعض دول ، مع الأسرة أو للمشاركة في مؤتمرات علمية أو في إعارة أو بدعوة رسمية للزيارة أو للسياحة وهي : ليبيا وتونس والجزائر والمملكة العربية السعودية والبحرين والكويت والعراق ولبنان وفرنسا وبلجيكا وهولندا وسويسرا وإسبانيا وأندورا وإيطاليا والفاتيكان واليونان وإنجلترا والاتحاد السوفييتي (سابقا) ويوغسلافيا وتشيكوسلوفاكيا (قبل التقسيم) والهند وتايلاند وهونج كونج والفلبين والبرازيل ...
- وقد أثمرت السفريات هذه في تأليف عدد من الكتب ومنها :
- أربعة كتب عن الإعلام في المملكة العربية السعودية ، وكتاب عن الإعلام في الهند ، وكتاب عن الإعلام في تشكوسلوفاكيا ، وساعد في ظهور إنتاج متميز بفضل معرفة أكثر من لغة أجنبية ، والسفريات المتعددة ، وتشجيع الأسرة .
- عينت عضوا في المجلس الأعلى للشئون الإسلامية عام ١٩٨٨م ، مع مواقف ومداخلات متميزة في مؤتمراته ، بداية من المؤتمر الأول حيث نبهت إلى بداية العد التنازلي لوصول البث المباشر الأجنبي إلى منازلنا عبر الأقمار الصناعية ونشرت المداخلة في كتاب بعنوان : "دولنا النامية في عصر الأقمار الصناعية" ، وعنوان فرعي في شكل تساؤل : لقد بدأ العد التنازلي للبث المباشر ، فماذا أعددنا له؟ (دار الفكر العربي ١٩٨٨م) .
- وفي المؤتمر الثاني للمجلس الأعلى للشئون الإسلامية الذي عقد في بغداد عام ١٩٨٩م ، طالبت الرئيس السابق للعراق صدام حسين بالإفراج عن الأسرى الإيرانيين ، ونجحت في الحصول على قرار من الرئيس العراقي بالإفراج عن ٢٥٥ أسير إيراني (على دفعتين) .
- تابعت عملية تبادل الإفراج عن الأسرى مع هيئة الصليب الأحمر بالقاهرة حتى أفرج الجانب الإيراني عن ٥٠٠ أسير عراقي . وسجلت هذا الموضوع في كتاب بعنوان : "حكايتي مع صدام وحكايات أخرى" ، وضمنت الكتاب نتائج بحثين :
- أحدهما دراسة ميدانية عن أول صورة تنشر للرئيس صدام غداة القبض عليه،
- والبحث الآخر عن نتائج تحليل رسوم الأطفال إبان حرب الخليج للبحث عن تأثير التليفزيون ، وقد نشر هذا البحث باللغة الفرنسية أيضا في الدورية العلمية التي تصدر عن جامعة السوربون بفرنسا (عام ١٩٩٣م) ، بعد أن نوقش في المؤتمر العالمي لجمعية بحوث الاتصال في دورته المنعقدة في غاروجا بالبرازيل (عام ١٩٩٢م) .
- وفي المؤتمر الثالث للمجلس الأعلى للشئون الإسلامية استطعت تفنيد أكاذيب بعض المسئولين العراقيين بخصوص إنكارهم إفراج إيران عن أسرى مقابل عدد الأسرى الإيرانيين الذين تم الإفراج عنهم بناء على طلبي من الرئيس صدام .
- بعد غزو العراق للكويت ، طالبت الجانب العراقي في خطابات مفتوحة في الصحف بالإفراج عن الأسرى الكويتيين .
- أطلقت علي أسماء عديدة في عدة مناسبات : لقبني بعض الصحفيين باسم "أم الأسرى" وآخرون باسم "أم الإعلاميين" والأم الروحية لعديد من خريجي وخريجات وطلبة كلية الإعلام وأبناء وبنات وأبناء العائلة أطلق عليها الدكتور شعبان شمس عميد إعلام ٦ أكتوبر "أستاذة الشباب"

-وحصلت على جائزة "مدرس مثالي" على مستوى الجمهورية في عيد العلم عام ١٩٨٤م. وأستاذة مثالية بين من كرمهم نادي أعضاء هيئة التدريس بجامعة القاهرة عام ٢٠٠٤م . والأم المثالية لكلية الإعلام عام ٢٠٠٤م . وحصلت على درع جامعة سيناء عام ٢٠٠٩م.

-ومن الشخصيات العامة التي ذكر نشاطها في الموسوعة التي أصدرتها الهيئة العامة للاستعلامات ومن بين أهم عشر شخصيات لها دور في المجال الاجتماعي والديني وضمهم كتاب أعده الصحفي أحمد أبو زيد . ومن بين ٤٠٠ شخصية نسائية لها دور في المجتمع المصري في كتاب من إعداد الصحفي أحمد رجائي نائب رئيس تحرير جريدة الجمهورية .

-وأول امرأة ، وربما الوحيدة حتى الآن ، تشترك في ندوة مفتوحة وتحاضر في صحن مسجد (الأسد ابن الفرات بالدقي) ، وشاركت فيها فضيلة الشيخ محمد الغزالي والدكتور سيد الطويل والدكتور عبد الصبور شاهين الأستاذ في كلية دار العلوم (رحمهم الله) والدكتور علي جمعة.

-كان لأسرتي في كلية الإعلام جامعة القاهرة، أسرة الطيور المهاجرة، نشاطها الثقافي والاجتماعي والديني. فهذه الأسرة بريادتي على سبيل المثال ، ولسنوات ، تبنت أبناء "جمعية أولادي" بالمعادي . والسفر عدة مرات ببعض أعضاء الأسرة بالكلية وبعض من أولياء أمورهم، وبرفقة أفراد من أسرتي وبخاصة الابنتين ، لزيارة وسائل الإعلام في كل من فرنسا وإيطاليا . ففي رحلتين إلى فرنسا - وبمساعدة المكتب الإعلامي المصري في باريس وخصوصا مستشارنا الإعلامي هناك ، الدكتور ممدوح البلتاجي آنذاك - زرنا مؤسسات إذاعية وتليفزيونية وصحفية في كل من العاصمة باريس ومدينة نيس ومونت كارلو على ساحل الريفييرا الفرنسية، والاهتمام أيضا بزيارة مؤسسة الأقمار الصناعية في باريس (وهي المؤسسة التي أشرفت فيما بعد على تصنيع القمر الصناعي المصري "نايل سات") حتى يتعرف الطلبة (عام ١٩٨٥م) على أحدث تكنولوجيا في الاتصال ، مع عدم إغفال الجانب الترفيهي والسياحي في هذه الرحلات ، والاجتماعي أيضا بالتعرف على بعض الأسر الفرنسية والمغتربين المصريين ومعايشتهم وذلك في زيارات أسرية جماعية ونزهات مشتركة ... أما عن رحلة أسرة الطيور المهاجرة إلى إيطاليا ، والتي كان لوزير الثقافة الأسبق الدكتور أحمد هيكل (رحمه الله) الفضل في نجاحها بتشجيعه هذه الأسرة المتميزة ، كما كان لفاروق حسني ، الذي كان مديرا للأكاديمية المصرية في "فيلا بورغيزي" بروما ، الفضل في نجاح الرحلة بالسماح لأعضاء الرحلة بالإقامة في الأكاديمية ، وكان للمكتب الإعلامي في روما فضل تنظيم الزيارات الميدانية لوسائل الإعلام في روما ، وكتبت صحيفة إيطالية عن زيارة هذه الأسرة المتميزة لإحدى المؤسسات الصحفية الإيطالية . وفي إيطاليا أيضا ، زارت الأسرة مدينة البندقية السياحية، فينيسيا وبعد العودة من كل من هذه الزيارات لدول أوربية ، تم نشر كتيبين عن رحلتين من رحلات أسرة الطيور المهاجرة في أوربا ، حيث تم تحديد دور كل معيد وطالب ومشارك في هذه الرحلات المتميزة ، وكانت هذه الرحلات سببا غير مباشر في إجراء بحث - هو الأول من نوعه - عن **علاقة المغترب بوسائل الإعلام** تم نشره في كتاب (دار الفكر العربي ، ١٩٨٤م) ، كما شجعت هذه الرحلات المعيدة نجلاء العمري للسفر وحدها بعد ذلك إلى فرنسا حيث حصلت هناك على درجة الدكتوراه ، وشجعت الطالب عمر عامر بعد تخرجه على الحصول على

دبلوم من الجامعة الأمريكية وآخر من كلية الاقتصاد والعلوم السياسية للعمل في السلك الدبلوماسي ، وهو حاليا في مكتبنا بواشنطن ...

–واستضافت أسرة الطيور المهاجرة بكلية الإعلام عديدا من المسئولين والشخصيات العامة والصحفيين والأدباء والشعراء ، منهم على سبيل المثال وزير الأوقاف الأسبق الأستاذ الدكتور الأحمدي أبو النور لمناقشة مشكلات الشباب في الجامعة . وكنت أول من كشف عن وصول المخدرات إلى أيدي شباب الجامعة (وكان هذا في عام ١٩٨٤م) ونوقشت نتائج بحث حول هذا الموضوع في ندوة مع الطلبة حضرها عدد من المتخصصين في علم النفس والاجتماع والمخدرات المخلقة والصحفيين ، كما عرضت نتائج هذا البحث نفسه في ندوة نظمتها وزارة الإعلام منبهة إلى خطورة ذلك بالنسبة للشباب ، واهتمت بعض وسائل الإعلام بعرض نتائج هذا البحث وفعاليات تلك الندوات في وسائل الإعلام... ونشاطنا يمتد إلى أكثر من ذلك ، فنحن إلى جانب ما سلف ذكره :

– عضو في أكثر من جمعية علمية على مستوى مصر والعالم .وعضو في لجان للتحكيم لعدة دوريات علمية في الإعلام والرأي العام والاجتماع وعلم النفس ... ، دوريات مصرية وعربية وفرنسية .

– عضو في اللجنة الدائمة لترقية الأساتذة والأساتذة المساعدين في الإعلام.

– محكمة للأبحاث المقدمة للترقية لدرجة أستاذ وأستاذ مساعد في مجال الإعلام وعلم النفس والاجتماع والفنون من عدة جهات في مصر وفي الخارج.

–وإلى جانب المشاركة الإيجابية في المؤتمر السنوي الذي يعقد في كلية الإعلام ، نشارك وبفاعلية في معظم المؤتمرات والندوات العلمية ، آخرها (من حيث الترتيب الزمني وداخل مصر) مشاركة كانت داخل مصر يوم الأحد ٢٠١١/١٠/٣٠م في **ندوة بعنوان "نحو إعلام يرسي ثقافة عقابية إصلاحية"** عقدها المركز العربي لاستقلال القضاة والمحاماة في فندق سفير بالدقي ، حيث قدمت ورقة بحثية بعنوان *"التناول الإعلامي لعقوبة الإعدام وأثر ذلك تجاه السلوكيات الإجرامية"* ، وتضمنت الورقة نتائج بحث ميداني على عينة من الشباب ، حيث لمسنا تأثيرا للعولمة في محاولة إلغاء عقوبة الإعدام .

–وخارج القاهرة ، رئاسة جلسة ، وإدارة المائدة المستديرة ، وتحكيم أبحاث في **المؤتمر الدولي الثاني لجامعة المنيا "الحوار العربي - الغربي: اختلاف أم خلاف إلى وفاق؟"** ، ٢٩-٣١ مارس ٢٠١٠م .

– (وخارج مصر ، وعلى نفقة الحكومة الليبية) ، في هون بليبيا في الفترة من ٢٠ إلى ٢٢ ديسمبر عام ٢٠٠٤م ، الاشتراك في **الندوة العلمية حول السياحة الصحراوية** ، وقدمت فيها ورقة بحثية بعنوان *"تنشيط السياحة الصحراوية في الجماهيرية الليبية عبر شبكة الإنترنت"*. ومن الجدير بالذكر هنا ، أن ابنتنا ، الدكتورة أميمة مصطفى الشال المدرس بقسم الإرشاد السياحي بكلية السياحة والفنادق جامعة القاهرة فرع الفيوم (في ذلك الوقت) والأستاذ مساعد حاليا ، قد شاركت في الندوة نفسها بورقة بحثية تناولت فيها *"دراسة حالة للسياحة الفرنسية في الصحراء الليبية"*، كما شاركت ابنتنا الأستاذة آية مصطفى الشال في فعاليات هذه الندوة بالتغطية الإعلامية .

-المشاركة بأوراق بحثية وبصفة منتظمة في مؤتمرات وندوات كلية الإعلام منذ الرجوع إلى مصر من السعودية (٢٠٠٤م) وحتى الآن .

-وشاركت لسنوات في التدريس للإعلاميين الأفارقة الناطقين بالفرنسية في الدورات التي ينظمها لهم اتحاد الإذاعة والتليفزيون بوصف هذا النشاط من المطالب القومية .

-المشاركة بالتدريس في معهد الإذاعة والتليفزيون للإعلاميين المصريين كما شاركت أيضا في التدريس بقسم الدبلوم الفرنسي للعاملين في مجال إعلامي ، والمشاركة في اختيار الدارسين في هذا الدبلوم . والإشراف لفترة على الدبلوم الفرنسي الذي تمنحه كلية الإعلام بالمشاركة مع بعض الجامعات والجهات الفرنسية .

-وأول من اهتم بدراسة الدلالة من وجهة نظر إعلامية في رسالتها التي حصلت بها على درجة الماجستير عام ١٩٧٦م .

-وأول من أشار إلى "العولمة" في بداية السبعينيات ودور وسائل الإعلام في ذلك عندما تساءلت في رسالة الماجستير *"هل يخرج الطفل العالمي من تحت عباءة التليفزيون* ؟

-والتأصيل لفرع جديد من فروع علم الاجتماع وهو "علم الاجتماع الإعلامي" (١٩٨٤م) ونشرت فيه عدة كتب .

-وأول من نبه إلى تطلعات الشباب للهجرة الخارجية .

-وأول من نبه إلى أن مشكلة ورق الطباعة قد تتفاقم وضرورة البحث عن بديل محلي للورق المستورد .

-وأول من اهتم بأبناء الجيل الثاني للمغتربين ...

-وأول من اهتم بضرورة تعليم اللغة العربية والدين الإسلامي للأقليات الإسلامية في الجمهوريات السوفييتية ، وناقشت هذا الموضوع في عدد من المؤتمرات ونشرت مداخلاتي في مجلة الأزهر .

-وأول من اهتم بالأقمار الصناعية وضرورة الاستعداد للبث المباشر الوافد من ثقافات غريبة عنا .

-وأول من اهتم بتحليل رسوم الطفل بوصفها وسيلة من وسائل الاتصال ولغة يعبر بها الطفل بتلقائية عن مشاعره .

-وأول من قارن أسماء الأطفال في كل من مصر والمملكة العربية السعودية .

-وأول من كتب عن علاقة المملكة العربية السعودية بالأقمار الصناعية.

-وأول من اهتم بالدراسة الميدانية لسسيولوجية وقت الفراغ وعلاقة المواطن السعودي بوسائل الإعلام .

-وأول من اهتم بتأثير الإنترنت على الأسرة السعودية .

-وأول من اهتم بالبحث عن تأثير الدش على الفتاة العربية في المملكة العربية السعودية والثوابت ونشرت النتائج في كتاب بعنوان " **الدش والعولمة في قرية "ماكلوهان" الإليكترونية .**

-وأول من كتب في الإتيمولوچيا في كتاب بعنوان **البنية السكانية والإعلام** .

-وأول من حلل وكتب عن رسوم الطفل في المملكة العربية السعودية في دراسة مقارنة منشورة في كتاب بعنوان "**رسوم الطفل بين المحلية والعالمية**".
- وعشرات من الكتب المنشورة ، كان الطفل محور بعضها ومنها كتب فيها عدد من البحوث :
- **الطفل المصري بين التليفزيون والفيديو والغزو الثقافي** (كتاب يتضمن نتائج خمسة بحوث)
- **علاقة الطفل بالوسائل المطبوعة والإلكترونية** ، نتائج دراسة ميدانية على عينة من الأطفال
-رسوم **الأطفال من منظور إعلامي** ، نتائج تحليل رسوم عينة من الأطفال .
- عدد من البحوث عن تحليل أسماء عينات من الأطفال في مصر (ريف وحضر) ومن المنطقة الغربية في السعودية ونشر ذلك في كتاب بعنوان : رسوم الطفل بين المحلية والعالمية .
-الاهتمام بالمصريين المغتربين في أول كتاب يتحدث عن **علاقة المغترب بوسائل الإعلام** ...
-صدر لنا منذ عامين كتاب بعنوان ***"تكنولوجيا الاتصال عن بعد"،*** تناولنا في فصل منه محاولات الإنسان الاتصال بعوالم أخرى ، وهي أول مرة يكتب فيها عن هذا الموضوع ، على الأقل على المستوى العربي والمصري .
-وكتاب بعنوان : **البنية السكانية** : دراسة مورفولوچية وإتيمولوچية ، وفيه صفحات عن الفيس بوك وأخرى عن الإتيمولوجيا .
-وكتاب عن : **الخطاب الإعلامي وأزمة أنفلونزا الخنازير** .
-وكتاب جديد بعنوان : محاولات الإنسان الاتصال عن بعد سلكيا ولاسلكيا : دراسة في تكنولوچيا الاتصال (نوفمبر ٢٠١١م).
-الاهتمام أيضا بترجمة بعض كتب أجنبية ، ومنها في المجال الإعلامي كتاب "**الحرب الإذاعية**"..
-أكثر من خمسين بحثا منشورين باللغات العربية والفرنسية والإنجليزية ومداخلات عديدة ومقالات وحوارات في الجرائد والمجلات والإذاعة والتليفزيون
-لي حساب على موقع الفيس بوك فيه أكثر من ٣٠٠٠ صديق ، منهم عمداء كليات وأساتذة وأطباء ومهندسين ومحامين ... حيث نناقش موضوعات شتى ، وخصوصا فيما يتعلق بوسائل الإعلام واللغة العربية والجوانب الاجتماعية والنفسية والعلاقات الأسرية وتنشئة الطفل ومن منطلق اجتماعي ديني ...
-أشرفت على عديد من رسائل الماجستير والدكتوراه في كلية الإعلام جامعة القاهرة وفي كليات بجامعات أخرى
-ناقشت عددا من الرسائل في كلية الإعلام وكليات بجامعات أخرى منها ـ مثلا ـ جامعة الأزهر وجامعة الزقازيق وأكاديمية ناصر العسكرية ...
-أشرفت على رسالة ماجستير لطالب غير مبصر عن دراسة مقارنة بين *"معالجة القضايا العربية في كل من صوت العرب والبي بي سي"* ، والذي حصل بها على درجة الماجستير بتقدير ممتاز (مع غياب المشرف المشارك لسفره إلى أمريكا) ...
-مستشارة لبعض جهات في مصر والإشراف على ما تنشره من بحوث ودراسات.

–المصرية الوحيدة - ربما - المحكم على دورية فرنسية تنشر بحوثا في مجالي الاجتماع والإعلام...

– هذا إلى جانب التحكيم في دوريات لعلم النفس والاجتماع والإعلام ، داخل مصر وخارجها ، والتحكيم على بعض الإنتاج العلمي المقدم للحصول على معادلة من المجلس الأعلى للجامعات .

–وعينت في اللجنة الدائمة لترقية الأساتذة والأساتذة المساعدين .

– عضو هيئة تحكيم البحوث والدراسات التي تقدم للنشر بعدد من المجلات العلمية

–ولي كتب منشورة في مصر وخارجها باللغة العربية ولغات أخرى (بعضها وصل عدد صفحاته إلى أكثر من ٨٠٠ صفحة) وهي :

(١٩٨٥م) **مدخل إلى علم الاجتماع الإعلامي** . (طبعة أولى) مكتبة نهضة الشرق ، جامعة القاهرة

(١٩٨٦م) **علاقة سكان القاهرة بنشرات أخبار التليفزيون المصري** ، الطباعي العربي ، القاهرة ، وهو عن الرسالة التي حصلت بها على درجة الماجستير في الإعلام والتي بعنوان : " *دلالة نشرات الأخبار لدى سكان القاهرة* ". **رسالة ماجستير** ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ١٩٧٦م .

(١٩٨٥م) **الطفل المصري بين التليفزيون والغزو الثقافي والفيديو.** مكتبة نهضة الشرق ، جامعة القاهرة .

(١٩٨٧م) **الإعلام الدولي عبر الأقمار الصناعية :** دراسة لشبكات التليفزيون . دار الفكر العربي ، القاهرة .

(١٩٨٧م) **علاقة الطفل بالوسائل المطبوعة والإليكترونية** . دار الفكر العربي القاهرة)،

(١٩٨٧م) **المغترب ووسائل الاتصال** . دار الفكر العربي ، القاهرة .

(١٩٨٨م) **الأقمار الصناعية والتنمية :** تجربة هندية . مكتبة نهضة الشرق ، جامعة القاهرة.

(١٩٨٨م) **الحرب الإذاعية** (ترجمة) ، تأليف فؤاد بن حالة . دار الفكر العربي ، القاهرة (ثلاث طبعات) .

(١٩٨٨م) **دولنا النامية في عصر الأقمار الصناعية** . دار الفكر العربي ، القاهرة .

(١٩٨٩م) **صوت العرب بين الأمس واليوم** . دار الثقافة العربية ، القاهرة .

(١٩٩١م) **إشكاليات منهج البحث العلمي** . دار الفكر العربي ، القاهرة .

(١٩٩٢م) **وسائل الإعلام الإليكترونية في دول الكتلة الشرقية :** يوغسلافيا . دار الفكر العربي ، القاهرة .

(١٩٩٣م) **قنوات للتليفزيون فضائية في عالم ثالث** . دار الفكر العربي ، القاهرة .

(١٩٩٤م) **بث وافد على شاشات التليفزيون** . دار الفكر العربي ، القاهرة .

(١٩٩٤م) **رسوم الأطفال من منظور إعلامي** : دراسة تحليلية اجتماعية نفسية فنية ، دار الفكر العربي ، القاهرة .

(١٩٩٦م) **الأقمار الصناعية والتجربة السعودية** . دار جدة ، المملكة العربية السعودية.

(١٩٩٧م) **رسوم الطفل بين المحلية والعالمية :** دراسة تحليلية على عينة من رسوم تلاميذ المدارس في المنطقة الغربية بالسعودية مع تحليل لأسماء الأطفال في العينة المدروسة . دار المسافر ، جدة ، المملكة العربية السعودية
(١٩٩٨م) **وسائل الإعلام في إطار سسيولوجية وقت الفراغ .** دار حافظ ، جدة ، المملكة العربية السعودية .
(٢٠٠٠م) **الدش والعولمة في قرية "ماكلوهان" الإليكترونية** . دار حافظ جدة .
(٢٠٠٣م) **الدش والإنترنت في إطار علم الاجتماع الإعلامي** . المدينة بريس ، القاهرة .
(٢٠٠٤م) **حكايتي مع صدام ... وحكايات أخرى** . المدينة بريس ، القاهرة .
(٢٠٠٦م) **السينما التسجيلية والفنان التسجيلي** ، مكتبة الفيروز بالمعادي (أول كتاب إعلامي ينشر على شبكة الإنترنت لطلبة الجامعة المفتوحة ، قبل نشره مطبوعا) .
(٢٠٠٦م) **تكنولوچيا الاتصال عن بعد** . مكتبة الفيروز بالمعادي .
(٢٠١٠م) **البنية السكانية:** دراسة مورفولوچية وإتيمولوچية : دار النهضة العربية .
(٢٠١٠م) **الدش والإنترنت والتليفزيون في إطار علم الاجتماع الإعلامي** . دار النهضة العربية ، (طبعة مزيدة ومنقحة) .
(٢٠١١م) **الخطاب الإعلامي وأزمة أنفلونزا الختازير** . دار النهضة العربية.
(نوفمبر ٢٠١١م) **محاولات الإنسان الاتصال لاسلكيا وسلكيا :** دراسة في تكنولوچيا الاتصال . دار النهضة العربية .
(أكتوبر ٢٠١٢م) **وسائل الإعلام في إطار علم الاجتماع** الإعلامي
(تحت الطبع) الحرم المكي بين الزمان والمكان .
(تحت الطبع) أنا والشباب والفيس بوك وثورة ٢٥ يناير

(1983) La responsabilité sociale de la télévision dans un pays en développement. **Thèse de Doctorat d'Etat**. Université de Bordeaux II , publiée par l'Atelier des thèses, Université de Lille, France (1984) .

مداخلات وبحوث منشورة في دوريات وملاحق في كتب باللغة العربية

(١٩٨٥م) - " المخدرات والشباب ووسائل الإعلام" ، في : **مدخل إلى علم الاجتماع الإعلامي**
(١٩٨٥م) - " قصة الفيلم التليفزيوني : اليوم التالي" ، في : مدخل إلى علم الاجتماع الإعلامي
(١٩٨٥م) - " مورفولوجية الأسرة المصرية ودور التليفزيون في تحديد النسل" ، في: **الطفل المصري بين التليفزيون والفيديو والغزو الثقافي.**
(١٩٨٥م) - " التليفزيون وتشكيل خيال الطفل: دراسة تحليلية للصورة " ، في: الطفل المصري ...
(١٩٨٥م) - " دور التليفزيون في معرفة الأطفال للوقت بوصفه حاجة من الحاجات الأساسية"، في: الطفل المصري ...
(١٩٨٥م) - " الطفل العربي وتكنولوجيا الأقمار الصناعية" ، في: الطفل المصري ...
(١٩٨٧م)- " قمر الفقراء " ، في : **الإعلام الدولي عبر الأقمار الصناعية .**

(١٩٨٧م)- " الموسيقى والأغنية العربية في عصر الأقمار الصناعية " ، في : الإعلام الدولي
(١٩٨٧م)- "استراتيجية التكامل الإخباري العربي من أجل نشرة أخبار عربية متميزة" ، في : الإعلام الدولي ...
(١٩٨٧م)- "استهلاك ورق الطباعة في عدة دول " ، في : **علاقة الطفل بالوسائل المطبوعة والإلكترونية.**
(١٩٨٧م) - " تأثير المجتمع على الوسائل المطبوعة والإليكترونية " ، في : علاقة الطفل ...
(١٩٨٧م) - " شباب الجامعة ووقت الفراغ " ، في : علاقة الطفل ...
(١٩٨٧م) - " هل البروتستانت أكثر تحفظا في تعاملهم مع جهاز التليفزيون ؟ " ، في : علاقة الطفل ...
(١٩٨٧م)- "اتجاهات بعض طلبة الجامعة للهجرة الخارجية " ، في : **المغترب ووسائل الاتصال .**
(١٩٨٧م)- " الأهرام الدولي : الطبعة الدولية للأهرام: دراسة تحليلية " ، في : المغترب ...
(١٩٨٧م)- " البرامج الموجهة من الإذاعة المصرية والتي تخدم المصريين في الخارج " ، في: المغترب ...
(١٩٨٨م) - " الأقمار الصناعية والإعلام الدولي " ، في : **الأقمار الصناعية والتنمية** : تجربة هندية .
(١٩٨٨م) - " الفيديو في الهند وفي مصر " ، في : الأقمار الصناعية والتنمية ...
(١٩٨٨م) - " قرصنة الفيديو : الفيديو سندر " ، في : الأقمار الصناعية والتنمية ...
(١٩٨٨م) - " القوانين التي تحكم بث الإعلانات التجارية "، في : الأقمار الصناعية والتنمية ...
(١٩٨٨م) - " وسائل الإعلام الجماهيرية والتنمية الريفية "، في : الأقمار الصناعية والتنمية ...
(١٩٩٢م) "الإعلام الإسلامي وتكنولوجيا الاتصال في مجال التليفزيون". **ندوة الإعلام الإسلامي بين تحديات الواقع وطموحات المستقبل.** جامعة الأزهر، القاهرة.
(١٩٩٢م) "يوميات الحرب والغزو" . في : **وسائل الإعلام الإلكترونية في دول الكتلة الشرقية**
(١٩٩٣م) - " القناة الفضائية المصرية وأقمار الاتصال "، في : **قنوات للتليفزيون فضائية في عالم ثالث .**
(١٩٩٣م) - " القناة الفضائية المصرية : دراسة جدوى "، في : قنوات للتليفزيون فضائية ...
(١٩٩٣م) - " هوائيات للبث الوافد عبر الأقمار الصناعية "، في : قنوات للتليفزيون فضائية ...
(١٩٩٤م) - "المضمون الأجنبي الوافد عبر الأقمار الصناعية على شاشات التليفزيون في مصر" ، في : **بث وافد على شاشات التليفزيون**
(١٩٩٤م) - "الهوية في أسماء الأطفال المصريين"، في : **رسوم الأطفال من منظور إعلامي** : دراسة تحليلية اجتماعية نفسية فنية
(٢٠٠٤م) - "دراسة ميدانية للصورة التي نشرت للرئيس صدام بعد القبض عليه"، في : حكايتي مع صدام ... وحكايات أخرى .
(٢٠٠٤م) - "تأثير التليفزيون على الطفل المصري إبان حرب الخليج : حرب الخليج من وجهة نظر الأطفال المصريين" ، في : **حكايتي مع صدام ... وحكايات أخرى .**
(٢٠٠٨م) - الأسرة المصرية، **مؤتمر الأسرة والإعلام وتحديات العصر** ، كلية الإعلام في الفترة من ١٥-١٧ فبراير ٢٠٠٩م

(٢٠١٠م) - التوائم واختيار اسم لسبعة، في: **البنية السكانية**، دراسة مورفولوجية وإتيمولوجية.
(٢٠١٠م) - أسماء الأطفال الأكثر انتشارا في مصر ، في: البنية السكانية ...
(٢٠١٠م) - أسماء الأطفال الأكثر انتشارا في المملكة العربية السعودية، في: البنية السكانية...
(٢٠١٠م) - مورفولوجية الأسرة في دول متقدمة ، في: البنية السكانية ...
(٢٠١٠م) - البحث عن إتيمولوجية الأعلام على شبكة الإنترنت ، في: البنية السكانية ...
(٢٠١٠م) - عائلة الشال و"الفيس بوك" ولغة "الشات"، في: البنية السكانية ...
(٢٠١٠م) - مقابلة بين ثلاث لغات اصطناعية، في: البنية السكانية ...
(٢٠١٠م) - "منتديات الأطفال والعلاقات الاجتماعية" ، في : البنية السكانية ...
(٢٠١٠م) - "عادات وتقاليد مصرية في سبوع المولود واختيار اسم له" ، في : البنية السكانية
(٢٠١٠م) - "أهمية ذكر اسم العائلة في شهادات الميلاد وفي بطاقات الرقم القومي" ، في: **الدش والإنترنت**
(٢٠١٠م) - "لأول مرة ، مشاهدو التليفزيون يختارون ملكة جمال فرنسا لعام ٢٠١٠م" ، في: الدش والإنترنت
(٢٠١١م) - "إدارة أزمة الحج" ، في: **الخطاب الإعلامي وأزمة أنفلونزا الخنازير**
(٢٠١١م) - "أطفال بعض المدارس يحاكون مناسك الحج في: الخطاب الإعلامي ...
(٢٠١١م) - "إدارة أزمات المكتبات ومراكز المعلومات في: الخطاب الإعلامي ...
(٢٠١١م) - "مواجهة أزمة خاصة والتصدي لها قبل اندلاعها في: الخطاب الإعلامي ...
(٢٠١١م) - "كمامة n٩٥ في: الخطاب الإعلامي وأزمة أنفلونزا الخنازير
(٢٠١١م) - أنفلونزا الماعز" وباء جديد يهدد البشرية في: الخطاب الإعلامي وأزمة أنفلونزا الخنازير
(٢٠١١م) - "أسباب المداومة على متابعة موضوع أنفلونزا الخنازير أو التوقف عن متابعتها"، في: الخطاب الإعلامي وأزمة أنفلونزا الخنازير
(٢٠١١م) - "الأمراض والأوبئة والكوارث والأزمات على شاشات السينما" ، في: الخطاب الإعلامي
(٢٠١١م) - "مؤتمر دولي في المنيا" ، في: الخطاب الإعلامي وأزمة أنفلونزا الخنازير

هذا غير المقالات التي نشرت في صحف أو مجلات

مداخلات وبحوث منشورة في دوريات وملاحق في كتب بلغات أخرى غير اللغة العربية
(بعضها يمكن الحصول عليه من على شبكة الإنترنت)

(1982) "Regards sur le journal télévisé en Egypte". Paper presented at **the Paris Conference**. AIERI, August.

(1983) La responsabilité sociale de la télévision dans un pays en développement. **Thèse de Doctorat d'Etat**. Université de Bordeaux II, publiée par l'Atelier des thèses, Université de Lille, France (1984).

(1984) "Les loisirs et la communication dans un village égyptien". Paper Presented at **the Prague Conference**. AIERI, August.

(1986) " Third World on Eurovision . " Presented at **the New Delhy Conference**. AIERI, August .

(1987) "L'introduction de la vidéo en Egypte : Remarques et Hypothèses

(1991) "Egyptian TV and Satellites" .

(1992) "Les effets de la télévision sur les enfants égyptiens durant la Guerre du Golfe . Paper presented at **The Guaruja Conference** , Brazil . AIERI, August . Published by : **IEDES**, Golfe" , Paris 1 Universty (1993).

(1993) "Les effets de la télévision sur les enfants égyptiens durant la Guerre du

(1996) "Introduction à. la télévision égyptienne : quelques repères chronologiques"; in : **Revue Tiers Monde** 37/146 (April-June 1996), p 249 .

وعلى شبكة الإنترنت

BDSP – Base documentaire – Visualisation de la notice
Auteurs, KHOURI (Nicole), MIGNOT-LEFEBVRE (Yvonne),
EL SHAL (Inshirah), **EL** EMARY (Naglaa),
CHEVALDONNE (François), MOSTEFAOUI
(Belkacem), MADANI (Lofti), ...
www.bdsp.tm.fr/base/Scripts/ShowA.bs?bqRef=127781
– 9k -

Google Books Result
... The Arab World: An Historical Descriptive Study', ph d thesis (University of
Michigan, Ann Arbor, 1980), p 106-9. 24 Inshirah **El Shal**, 'Introduction a ...
books.google.com/books?id=2nQGqvPaEb0C&pg=RA2-PA214
Inshirah **Shal ...** Institucion Alfonso **el** Magnanimo. Institucion Cultural Argentina-Germana. Institucion Cultural **El** Brocense ...
artist-index.ebay.com/artist-pages-books/index-I-160.html – 132k -

رسائل دكتوراه وماجستير أشرفت أو شاركت في الإشراف عليها وتمت مناقشتها

١ـ رسائل الدكتوراه التي أشرفت أو شاركت بالإشراف عليها

- **محمد عبد الله هاشم الحوثي (يمني)** *"دور التليفزيون اليمني في التوعية بخطة التنمية*
- **هويدا محمد لطفي أحمد"** *تأثير الإعلانات والمسلسلات العربية بالتليفزيون على الطفل المصري".*

- **عادل فهمي محمد علي البيومي** *"دور التليفزيون المصري في تكوين الوعي الاجتماعي ضد الجريمة . دراسة تحليلية وميدانية"* .
- **فاطمة شعبان محمد** *"المعالجة الإخبارية لقضايا الشرق الأوسط السياسية والأمنية: دراسة مقارنة بين قنوات الحرة الأمريكية والعالم الإيرانية وقناة مصر للأخبار ، وانعكاسها على الجمهور المصري"* .
- **مايا أحمد البيضا (لبنانية)** *"التغطية التليفزيونية للقضايا اللبنانية السياسية وعلاقتها باتجاهات الرأي العام اللبناني نحوها*

٢ ـ **رسائل ماجستير أشرفت أو شاركت بالإشراف عليها وتمت مناقشتها**

- **عزة لطفي عبد الحميد علام** *"دور القنوات الفضائية العربية في نشر الفكر الخرافي : دراسة مسحية* - **نسرين محمد عبد العزيز أحمد** *" المضمون الذي تقدمه قناة Space Toon وأثره على الطفل المصري"*
- **دعاء أحمد البنا** *"معالجة مفهوم الوطنية في الدراما السياسية في التليفزيون المصري"*
- **صابر محمد جابر حماد**(طالب غير مبصر) *"أثر المعالجة الإعلامية لقضايا الوطن العربي السياسية في إذاعة صوت العرب وهيئة الإذاعة البريطانية على اتجاهات الجمهور العربي . دراسة مسحية*
- **عصام أنيس عبد الحميد زكي** *:"علاقة المشاهد في جدة ببرامج القناة الأولى التي يقدمها التليفزيون المصري . دراسة ميدانية للفترة من ١٩٩١م-١٩٩٣م"*.
- **سحر فؤاد أحمد علي** *"دور إذاعة القرآن الكريم في التثقيف الديني للشباب الجامعي . دراسة تحليلية وميدانية*
- **هالة كمال أحمد نوفل** *"البرامج السياحية في الإذاعة المسموعة . دراسة تحليلية وميدانية"* .
- **عبد الستار عبد اللاه عبد الرحمن** *"القضايا التي تتناولها البرامج الدينية في الراديو والتليفزيون . دراسة مقارنة"*
- **حمدي الداوودي المتولي** موضوع الرسالة : *"البرنامج العبري الموجه من القاهرة إلى إسرائيل والأرض المحتلة . دراسة تحليلية"* .
- **هالة محمد إسماعيل البغدادي** *"دور التليفزيون المصري في التبادل الإخباري العربي . دراسة للبرامج الإخبارية التي يعرضها التليفزيون المصري للتبادل الإخباري على المستوى العربي"* .
- **عادل فهمي محمد علي البيومي** *"البرامج الدينية في التليفزيون المصري ودورها في التثقيف الديني للشباب"*
- **سامي محمد محمود الجنايني** *"التغطية الإخبارية في التليفزيون المصري للأحداث الأساسية المتصلة بالصراع العربي الإسرائيلي . دراسة تحليلية من ١٩٧٧م حتى ١٩٨٥م*
- **خالد أحمد عبد الجواد** *"الإشباعات التي تحققها برامج الراديو والتليفزيون الموجهة للأطفال من ذوي الاحتياجات الخاصة من المعاقين"*

٣ ـ **رسائل أشرفت عليها في جامعات أخرى وأجيزت**

- **محمد طرابية** ، رسالة دكتوراه في التليفزيون من قسم الصحافة بكلية اللغة العربية جامعة الأزهر(درجة العالمية) أشرفت عليها ومنح صاحبها الدرجة .
- **محمد عبد البديع** ، رسالة ماجستير في التليفزيون من قسم الإعلام بجامعة الزقازيق ومنح صاحبها الدرجة بتقدير ممتاز .

٤ - رسائل دكتوراه وماجستير مازالت في مرحلة الإعداد

أ - دكتوراه

- **دعاء أحمد محمد البنا** *"معالجة أخبار وقضايا إسرائيل في القنوات الفضائية الإخبارية واتجاهات الجهور نحوها"*
- **فاطمة حمد ميلاد الشكري** (ليبية) *"دور النشرات الإخبارية في الفضائيات الليبية في ترتيب أولويات القضايا الأفريقية لدى طلبة الجامعات في ليبيا"*
- **نسرين محمد عبد العزيز** *"دور الدراما المصرية في الفضائيات العربية في نشر ثقافة السلام لدى طلبة الجامعات"*

ب - ماجستير

- **لميس علاء الدين مصطفى الوزان** *"صورة المرأة في إعلانات القنوات الفضائية العربية ودورها في تشكيل اتجاهات الشباب لها"*
- **لبنى محمد حسن سامي** *"علاقة التليفزيون بتشكيل ثقافة الجريمة لدى الطفل المصري"* .
- **أحمد محمد محمود إبراهيم** *"تأثير التعرض للقنوات الفضائية على الثوابت الاجتماعية . دراسة حالة على قرية بصعيد مصر"*
- **سميرة محمد سليمان مرعي** *"الإشباعات التي تحققها برامج الراديو والتليفزيون الموجهة للأطفال من ذوي الاحتياجات الخاصة من المعاقين"* .
- **منال حسين محمد أبو صالح** *"صورة الإسلام والمسلمين في مواقع اللغة الإنجليزية على شبكة الإنترنت. دراسة تحليلية"* .

ومداخلات وبحوث منشورة في دوريات وملاحق في كتب بلغات أخرى غير اللغة العربية
(بعضها يمكن الحصول عليه من على شبكة الإنترنت)

(1982) “Regards sur le journal télévisé en Egypte". Paper presented at **the Paris Conference .** AIERI , August .

(1983) La responsabilité sociale de la télévision dans un pays en développement. **Thèse de Doctorat d’Etat**. Université de Bordeaux II , publiée par l’Atelier des thèses, Université de Lille, France (1984) .

(1984) "Les loisirs et la communication dans un village égyptien". Paper Presented at **the Prague Conference**. AIERI, August .

(1986) " Third World on Eurovision . " Presented at **the New Delhy Conference**. AIERI, August .

(1987) "L’introduction de la vidéo en Egypte : Remarques et Hypothèses " .

(1991) "Egyptian TV and Satellites" .

(1992) "Les effets de la télévision sur les enfants égyptiens durant la Guerre du Golfe . Paper presented at **The Guaruja Conference** , Brazil . AIERI, August .Published by : **IEDES,** Golfe" , Paris 1 Universty (1993).

(1993) "Les effets de la télévision sur les enfants égyptiens durant la Guerre du

(1996) "Introduction à la télévision égyptienne : quelques repères chronologiques"; in : **Revue Tiers Monde** 37/146 (April-June 1996), p 249 .

وعلى شبكة الإنترنت .

BDSP – Base documentaire – Visualisation de la notice

Auteurs, KHOURI (Nicole), MIGNOT-LEFEBVRE (Yvonne), **EL SHAL (Inshirah)**, **EL** EMARY (Naglaa), CHEVALDONNE (François), MOSTEFAOUI (Belkacem), MADANI (Lofti), **...**
www.bdsp.tm.fr/base/Scripts/ShowA.bs?bqRef=127781 – 9k -

Google Books Result

... The Arab World: An Historical Descriptive Study', ph d thesis (University of
Michigan, Ann Arbor, 1980), p 106-9. 24 Inshirah **El Shal**, 'Introduction a **...**
books.google.com/books?id=2nQGqvPaEb0C&pg=RA2-PA214

Inshirah **Shal ...** Institucion Alfonso **el** Magnanimo. Institucion Cultural Argentina-Germana. Institucion Cultural **El** Brocense **...**
artist-index.ebay.com/artist-pages-books/index-I-160.html – 132k -

إعلان عن كتاب مدخل في علم الاجتماع الإعلامي للدكتورة انشراح الشال باللغة العبرية على شبكة الإنترنت

أول كتاب نشر للدكتورة انشراح الشال ، **مدخل في علم الاجتماع الإعلامي** (١٩٨٥م) ، هو الكتاب العربي الوحيد الذي تم الإعلان عنه على شبكة الإنترنت باللغة العبرية حتى كتابة هذه الكلمات (٨ مارس ٢٠٠٩م)[١] ، وفيما يلي صورة من الإعلان عنه .

התחבר

הוסף למועדפים

סימניה » ספרים » انشراح الشال

(١) http://simania.co.il/authorDetails.php?itemId=168871

שלום אורח: **התחבר** / **הירשם בחינם**
ממתינות לך הודעות חדשות (1)



סימניה

המלצות ... שיחות

- φ
- ספרים
    - חיפוש ספרים
    - רבי המכר Top 10
    - חיפושים אחרונים
    - חיפושים פופולריים
    - ביקורות
    - דירוגים
- סופרים
    - קטלוג סופרים
- חברים
    - חיפוש חברים
    - מי מחובר כרגע
    - חדשים בסימניה
- הדף שלי
    - הדף שלי
    - הספרים שדרגתי
    - ביקורות שכתבתי
    - הספרים שיש לי
    - החנות שלי
    - קוראים בעלי טעם דומה לשלי
    - הסופרים שאת ספריהם קראתי
    - שינוי פרטים אישיים
    - שינוי תמונה אישית
- יד שניה
- המלצות
    - בנדורה - המלצות ספרים **ברגע**
    - קוראים בעלי טעם דומה לשלי
- כלים
    - מילון
    - חיפוש בתנ"ך
    - תחנות רדיו בישראל
- אודות
    - הסיפור שמאחורי הסימניה
    - חברת סימניה בע"מ

- אתר סימניה
- מה בתנור
- צור קשר
- פרסם בסימניה
- ספרים בסלולרי

انشراح الشال

כאן נמצאים הספרים שכתב ומידע נוסף אודותיו.
הספרים מסודרים עפ"י העניין שהם עוררו בקרב גולשי האתר.

פרסומים



פרסם בסימניה

انشراح الشال

הספרים של انشراح الشال

مدخل في علم الاجتماع الاعلامي

هذا الكتاب

في إطار علم الاجتماع الإعلامي , يناقش هذا الكتاب موضوع وسائل الإعلام بوصفها ظاهرات اجتماعية لها تأثيرها على غيرها من الظاهرات الأخرى .

فقد تنبه علماء الاجتماع-مثلهم مثل علماء النفس و علماء التربية و الآباء-لتأثير وسائل الإعلام... حين لمسوا تأثير وسائل الإعلام على النشء , و دقوا ناقوس الخطر عندما لاحظوا أن حالات الفزع و الاضطرابات النفسية في ازدياد لدى الأطفال...

و هذا الكتاب يتحدث عن هذا الفرع-الحديث نسبياً-من فروع علم الاجتماع , و يعرض أهم النظريات الخاصة بتأثير وسائل الإعلام و أهم نتائج الدراسات التي ركزت على تأثير وسائل الإعلام على مستوى العالم , و خصص مبحث في هذا الكتاب للحديث عن تأثير البث الوافد عبر الأقمار الصناعية , و آخر لتأثير الإنترنت , و مبحث للتليفزيون , و مبحث مستقل للحديث عن التليفزيون ا... لعرض نتائج أحدث بحث ركزنا فيه على تكنولوجيا الراد... التقليدية , و مبحث لدور وسائل الاتصال الاجتماعي في ... يناير...



و يعد هذا الكتاب مرجعاً لكل أسرة تريد الإفادة الحقيقية ... الإعلام التي انتشرت و لا يخلو من إحداها على الأقل أي بيت , كما يعد مرجعاً لأي باحث يريد معرفة دور وسائل الإعلام في المجتمعات الإنسانية.

Cover Designer . Samaa Elshaal